

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**  
**ESTHÉTIQUE/COSMÉTIQUE-PARFUMERIE**

**SESSION 2009**

**E1 EPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE**

**Sous épreuve A1 : Etude de situations professionnelles en  
esthétique/cosmétique-parfumerie**

**U 11**

A l'aide de ses connaissances et du dossier technique, le candidat répond à l'ensemble des questions du sujet sur une copie modèle EN.

Avant de commencer à rédiger, vérifier le nombre de pages du sujet. Ce sujet comprend 4 pages numérotées de 1/4 à 4/4.

S1 : Biologie humaine appliquée	/24
S2 : Méthodes et technologies	/29,5
S3 : Cadre organisationnel et réglementaire	/26,5
Total	/80
Note sur 20 ½ point ou point entier	

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – SUJET		
U11 : Etude de situation professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 0906 ECP ST 11	Session 2009	Page : 1/4

Madame Dubois est responsable d'un institut de beauté en centre ville.

1. En ce moment, sa clientèle la sollicite pour des prestations bronzage. Elle reçoit aujourd'hui une cliente pour sa première séance UV. Celle-ci s'inquiète des réactions et des conséquences des UV sur sa peau. (26,5 pts)

- 1.1 Présenter la diversité des fonctions de l'épiderme en tant qu'élément de protection.
- 1.2 Présenter les effets du soleil sur la peau en reproduisant le tableau ci-dessous sur la copie d'examen. Trois réponses sont attendues par manifestation.

EFFETS DU SOLEIL		RAYONNEMENTS RESPONSABLES
Manifestations immédiates		
Manifestations retardées		
Manifestations à long terme		

- 1.3 Indiquer pour deux hypopigmentations:
- les manifestations ;
  - l'agent causal et/ou le mécanisme ;
  - le(s) facteur(s) favorisant(s) et/ou aggravant(s).
- 1.4 Indiquer pour deux hyperpigmentations :
- les manifestations ;
  - l'agent causal et/ou le mécanisme ;
  - les facteurs favorisant et/ou aggravants.
2. La cliente suivante demande conseil pour son problème de duvet disgracieux au niveau du visage. Douillette, elle n'ose pas franchir le pas de l'épilation. Mme Dubois lui propose de décolorer son duvet. (12 pts)

- 2.1 Indiquer le principe de la décoloration des poils et le but esthétique recherché.
- 2.2 Présenter cinq mesures de sécurité à prendre lors de la mise en œuvre des techniques de décoloration.

*Malgré le respect de ces mesures de sécurité, le produit peut exceptionnellement provoquer chez la cliente une réaction cutanée type eczéma de contact.*

- 2.3 Indiquer les manifestations généralement observées pour cette dermatose.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – SUJET		
U11 : Etude de situation professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 0906 – ECP ST 11	Session 2009	Page : 2/4

L'apparition de réactions cutanées consécutives à l'utilisation d'un produit cosmétique normalement utilisé est cependant rare car les fabricants sont dans l'obligation de s'assurer de l'innocuité de leurs produits.

- 2.4 Indiquer les objectifs des différents contrôles d'innocuité en reproduisant le tableau ci-dessous.

CONTROLES D'INNOCUITE	OBJECTIFS
Contrôles microbiologiques	
Contrôles physico-chimiques	
Essais d'irritation oculaires	
Essais de tolérance cutanée ou muqueuse	

3. **Monsieur Marquand a rencontré Mme Dubois qui souhaite devenir franchisee à Amanöa.** (41,5 pts)

- 3.1 *L'esthéticienne présente à monsieur Marquand l'ébauche d'un plan pour son local de 150 m<sup>2</sup>.*

Cette ébauche correspond-t-elle aux exigences de la franchise Amanöa ? Justifier votre réponse.

- 3.2 *Il va être proposé à la future clientèle le soin des pieds « Raw Earth Spa Pedicure », de la marque Creative Nail Design.*

Présenter, sous forme de tableau, les effets attendus des produits et matériels utilisés lors des différentes étapes de ce soin.

- 3.3 *La cabine asiatique « Lotus » va être destinée aux techniques corporelles de digito-pression.*

3.3.1 Caractériser la technique du modelage réflexe (ou digito-pression) et citer deux actions dans le cadre de ce soin esthétique.

3.3.2 Mettre en relation l'activité réflexe et cette technique.

- 3.4 *La cabine « Louxor » équipée d'une baignoire de balnéo-esthétique, doit faire l'objet d'un entretien particulier.*

3.4.1 Choisir huit éléments ou facteurs d'aménagement (pour cette cabine) favorables à de bonnes conditions de travail.

3.4.2 Proposer et justifier le protocole de nettoyage de la baignoire que l'esthéticienne doit réaliser

- à la fin de chaque soin,
- à la fin de chaque journée.

3.4.3 Identifier trois types de dégradation à éviter dans une cabine de balnéo-esthétique.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – SUJET		
U11 : Etude de situation professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 0906 – ECP ST 11	Session 2009	Page : 3/4

- 3.5 *Avant l'ouverture du concept SPA Amanöa en franchise, Monsieur Marquand veut s'assurer que le concept pilote est parfait, notamment en terme de qualité des services.*
- 3.5.1 Définir la notion de qualité.
  - 3.5.2 Justifier, par quatre arguments, l'intérêt d'entreprendre une démarche qualité pour cette franchise.
  - 3.5.3 Enumérer six paramètres qui participent à la qualité des services de cette franchise.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – <b>SUJET</b>		
U11 : Etude de situation professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Durée : 4 heures	Coefficient : 4
Repère de l'épreuve : 0906 – ECP ST 11	Session 2009	Page : 4/4

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**  
**ESTHÉTIQUE / COSMÉTIQUE - PARFUMERIE**

**SESSION 2009**

**E.1 - EPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE**

**SOUS-EPREUVE A1: Etude de situations professionnelles en  
esthétique/cosmétique-parfumerie**

**U11**

# **Dossier Technique**

<b>Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE</b>		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 1 sur 8

# Communiqué

# La naissance d'une franchise

Tout a commencé il y a quatre ans, Eric Marquand a en tête de monter quelque chose sans que rien ne soit encore très précis. Le patron de la marque, pour laquelle il travaille à l'époque, annonce au cours d'un séminaire que l'avenir est au spa. Il n'imaginait sans doute pas que quelqu'un, dans l'assistance, le prendrait au mot...

## LE CONCEPT

Il y a quatre ans, Eric Marquand commence donc à lister tout les spas qui s'ouvrent en France. Il se rend à chaque ouverture d'un nouveau spa. Sa conclusion est sans appel : les endroits sont beaux, mais ce ne sont que de beaux instituts. On n'est jamais réellement plongé dans le pays.

Le concept prend ainsi forme : «A partir du moment où je profite d'un soin marocain, j'ai envie d'être au Maroc et si je fais un soin des îles, j'ai envie d'être dans les îles...». L'idée est donc de rassembler des univers différents dans un même lieu.

Le concept déterminé, l'étape suivante consiste à tout chiffrer et ça monte très vite. Eric Marquand réalise que le marché est en train de se structurer, les franchises prennent le pas. Selon lui, au cours des prochaines années, dans les grandes villes, seules les franchises vont subsister. Un institut de ville est trop isolé, l'esthéticienne est contrainte de se débattre toute seule. Plutôt que de monter son affaire isolé dans son coin et se retrouver dans dix ans seul cerné de franchises contre lesquelles il devra lutter, Eric Marquand décide de passer tout de suite à la franchise et de s'installer dans ce marché du spa en devenir.

## L'INVESTISSEMENT

L'investissement nécessaire de départ est de 250 000 euros. Aujourd'hui, ils sont 18 actionnaires de ce concept. Avant de tra-



vailer dans la cosmétique, Eric Marquand travaillait dans une agence de communication. Il prend donc en charge toute la communication papier. Il bénéficie d'un vrai plan marketing avec des actions constantes qu'il met en place grâce à son savoir-faire.

Entre l'idée d'origine et le début des travaux, quatre ans s'écoulent ! Ces années sont nécessaires pour monter les deux sociétés : le spa pilote et la franchise. Durant ces années, Eric visite les salons internationaux, voyage aux quatre coins du monde, rencontre les marques, prépare les documents de franchise...

Eric Marquand décide d'implanter le spa pilote à Auxerre, dans une zone de chalandise de 63 000 habitants. Dans cette ville, la concurrence est particulièrement intense. Plus il y a de monde, plus c'est dur. Si le concept fonctionne dans un tel contexte, il fonctionnera partout ailleurs.

## L'APPLICATION DU CONCEPT

Amanôa (c'est le nom du concept d'Eric Marquand) propose «Un voyage en beauté» avec une destination différente selon la cabine. Pour déterminer l'univers de chaque cabine, des marques ont été sélectionnées selon des critères d'exotisme, de couleurs, d'odeurs, de performance, d'identité.

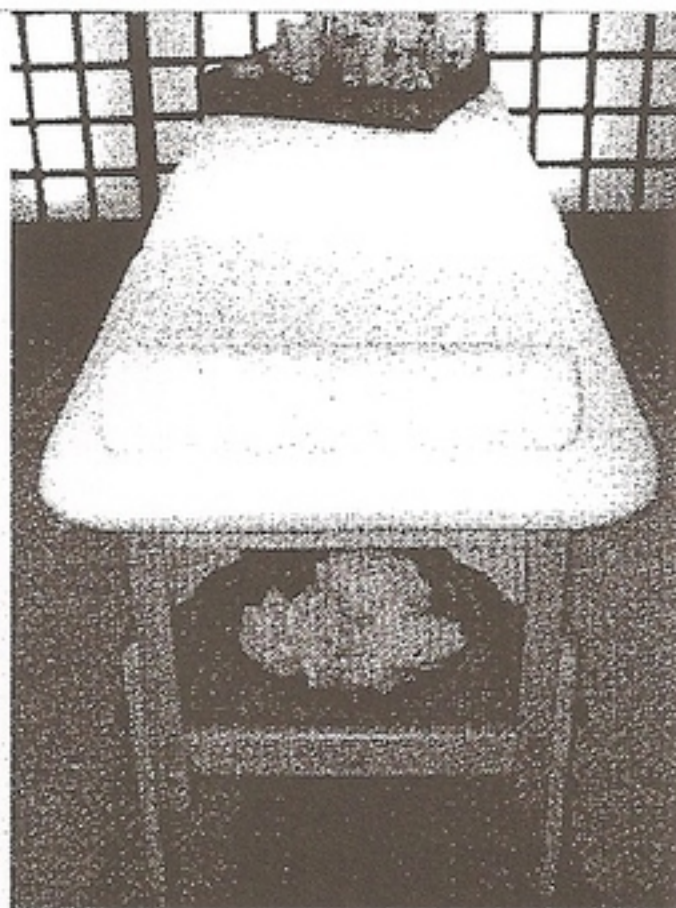
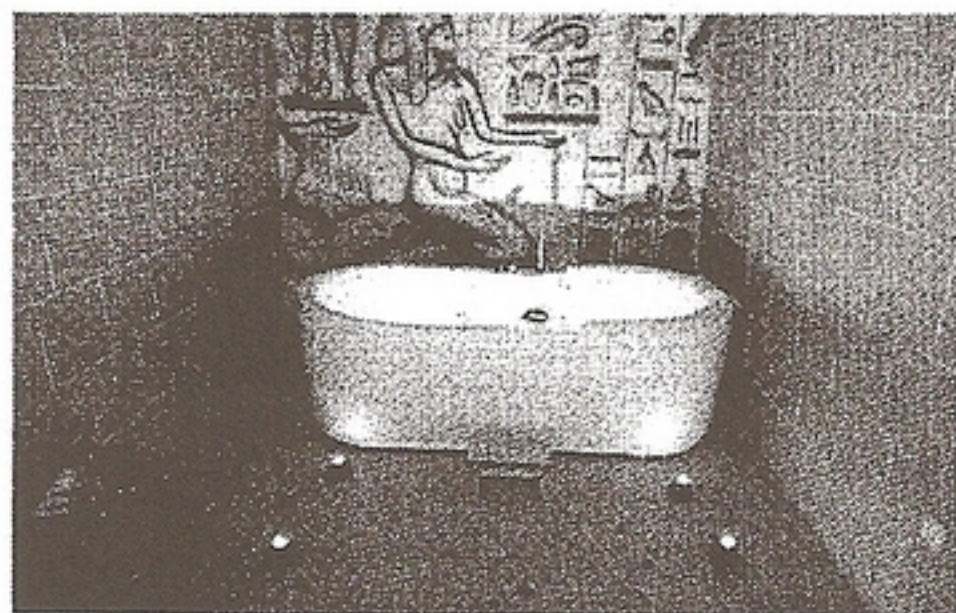
Dans le spa, le couloir blanc sert de galerie d'exposition pour des tableaux. De chaque côté les portes des cabines s'ouvrent sur différents univers :

- la cabine balnéo, appelée «Louxor» est une pyramide égyptienne, la cliente profite de différents bains dont le «Bain Cléopâtre» avec du vrai lait d'ânesse,
- la cabine des îles est une cabane de plage en bois cèrulé, elle s'appelle «Lagon». Ici les soins thalasso sont à l'honneur. Des soins des îles, Caraïbes et Polynésie, y sont également prodigués,
- la cabine asiatique, «Lotus», est baignée d'un décor japonisant, tout est noir et blanc avec du coco au sol. Dans cette cabine, au choix : des soins japonais, chinois, ou encore vietnamiens,
- la cabine marocaine «Médina» propose les soins de La Sultane de Saba.

Il y a donc quatre cabines avec chacune son univers et pour chacune : trois soins visage, quatre soins corps, un soin des pieds, deux bains et toujours des marques spécifiques pour les accompagner. Ils ont été sélectionnés en fonction du continent, mais aussi de leur caractère relaxant.

Les esthéticiennes sont donc formées à une quarantaine de protocoles en tout, cinq étant réservés aux hommes (deux soins visage, deux soins du dos et un soin des pieds) dans la cabine «Lotus».

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 2 sur 8



Amanõa assure la formation des esthéticiennes aux différents protocoles sur plusieurs semaines. Il faut compter deux mois pour s'imprégner réellement du menu des soins.

Sur une superficie totale de cent cinquante mètres carrés, Amanõa bénéficie de huit mètres de vitrine et cinquante mètres carrés réservés à la vente avec les quatre thèmes, sans oublier l'homme qui tient désormais une place à part entière. La cliente retrouve toutes les déclinaisons de produits pour recréer, chez elle, un univers bien-être.

Le spa Amanõa découpé en trois fois cinquante mètres carrés : l'accueil, la vente et les soins. Ce n'est pas gigantesque et c'est volontaire, de façon à ce que ce modèle soit duplicable facilement.

## UNE COMMUNICATION DYNAMIQUE !

Tous les quinze jours, Amanõa dynamise son activité par une nouvelle action. Voici quelques exemples. Pour Noël, le spa propose le «Bain de Noël» avec des huiles essentielles de cannelle et d'orange et des tranches d'orange. Pendant le bain, la cliente déguste, sur un élégant plateau, du thé de Noël, des papillotes et des mandarines.

## ATTIRER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

L'objectif d'Amanõa n'est pas d'attirer la clientèle qui profite déjà de soins chez les concurrents. Non, il s'agit plutôt de s'intéresser à une nouvelle clientèle. Eric Marquand est parti du constat qu'à peu près une femme sur dix seulement fréquente un institut de beauté alors que neuf femmes sur dix vont chez le coiffeur ! Depuis trente ans, on ne parle qu'à cette femme et toujours de la même façon. Prenez n'importe quel magazine féminin, les

pubs de cosmétiques sont toujours les mêmes avec un mannequin à moitié dénudé, un produit, le slogan et la marque. C'est comme ça depuis trente ans. Et les neuf autres alors ? Personne ne s'intéresse à elles !

Attirer de nouvelles clientes coûte très cher, cela peut vous sembler un vrai défi, et pourtant, si vous vous adressez à elles différemment... C'est toute la stratégie d'Amanõa. Par exemple, en ne disposant pas ça et là dans le spa les affiches et les PLV de tous les fournisseurs de produits. Amanõa veut communiquer sur les soins. Solution : Eric Marquand réalise lui-même les affiches qu'il souhaite avec un logiciel.

Le menu des soins est un peu particulier, il est construit comme un menu de restaurant. Les soins «lipo-drainant», «hydro-réparateur...» ne font pas rêver votre cliente et surtout, ça ne signifie rien pour celle qui ne s'y connaît pas ! Amanõa transforme le vocabulaire usuel de la carte de soins et propose un soin baptisé : «Quand je pense que pendant ce temps-là, il y en a qui sont au boulot».

Cette façon de communiquer fonctionne, 80 % des clientes d'Amanõa n'étaient jamais allées dans un institut de beauté avant !

## UNE FRANCHISE À TAILLE HUMAINE

L'objectif d'Eric Marquand est de dupliquer Amanõa, mais avant, il veut que le concept pilote soit parfaitement validé. Il faudra donc attendre début 2008 pour lancer son Amanõa à soi.

Pour devenir franchisé Amanõa, le droit d'entrée varie entre 10 et 15 000 euros avec des royalties et des redevances de formation et de publicité. Les chiffres ne sont pas arrêtés dans la mesure où ils doivent être réalistes. Donner, un an avant, des pourcentages et des montants, c'est hypothéquer alors la réalité du moment.

Concrètement, voici comment l'Institut Christine est devenu Amanõa. Vous êtes dans une zone de chalandise d'au moins cinquante mille

habitants et vous avez un espace de cent cinquante mètres carrés :

- vous rencontrez Amanõa pour découvrir si vous envisagez l'avenir de la même façon,
- vous signez le contrat de franchise,
- vous réalisez les travaux pour que l'endroit ressemble à Amanõa,
- vous payez le droit d'entrée qui vous permet d'obtenir les produits cabine et vente,
- vous bénéficiez d'une exclusivité territoriale,
- vous profitez de la formation aux quarante cinq protocoles mais aussi d'une formation à la vente avec un professeur de vente,
- vous recevez tous les outils nécessaires pour réaliser des événements tous les quinze jours au long de l'année,
- un process détaillé vous aide pour vous implanter. Des opérations consistent à vous associer avec différents partenaires afin de réaliser un maillage complet sur la ville pour que votre spa se développe vite,
- une communication attractive vous est adressée régulièrement afin de dynamiser votre activité (magazine trimestriel Strespa, mailings, flyers, cartes...).

## QUELQUES CHIFFRES

Depuis quatre ans, Eric Marquand a tout mis dans son projet pour donner vraiment toutes les chances à son concept de se développer durablement :

- investissement de départ : deux cent cinquante mille euros,
- durée des travaux : deux mois,
- budget des travaux : 130 000 euros,
- objectif de chiffre d'affaires : 130 000 euros pour atteindre l'équilibre,
- chiffre d'affaires réalisé la première année : 62 000 euros.

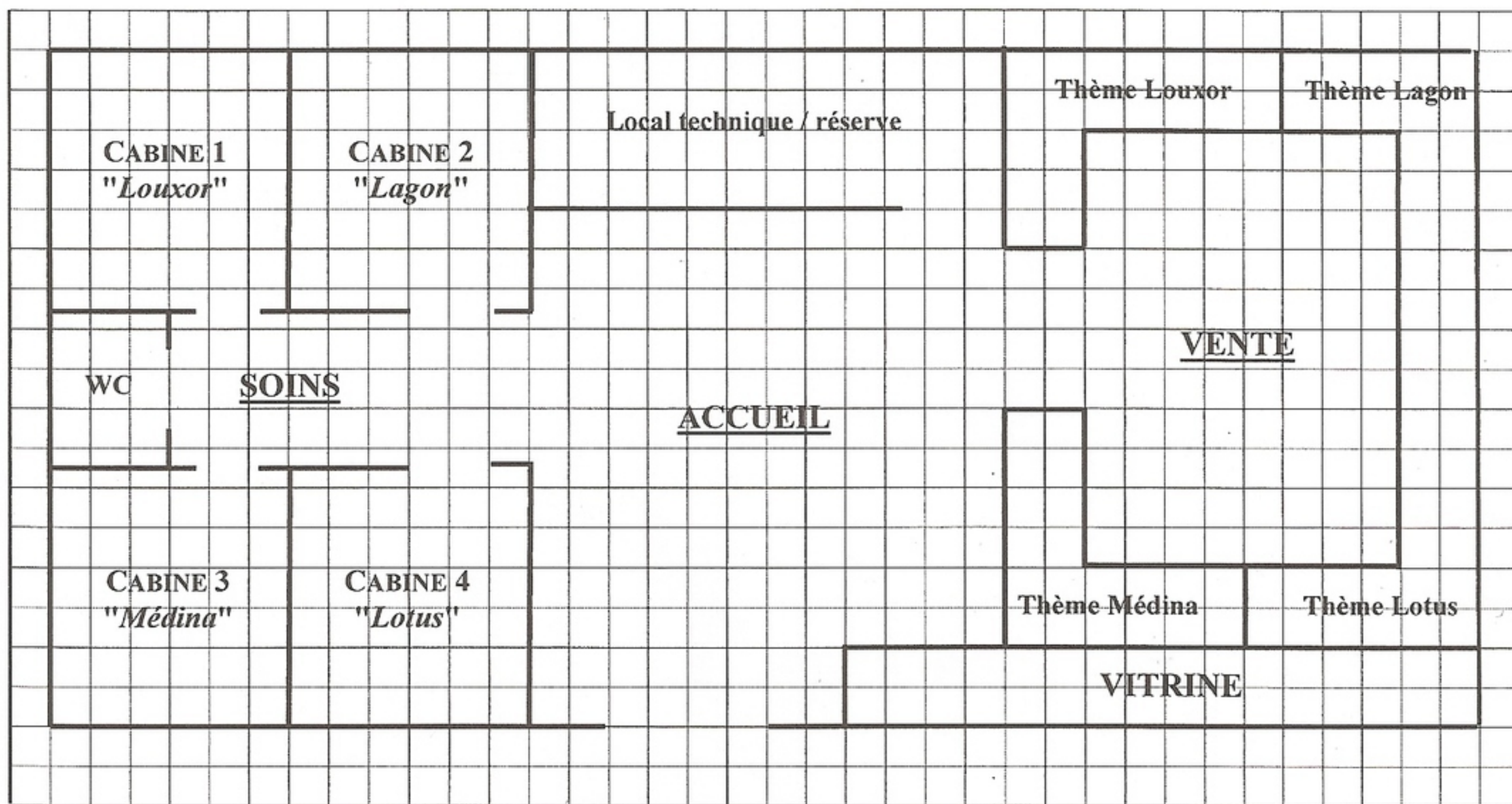
Objectif : six ouvertures de franchises en 2008. Ça peut paraître peu mais Eric Marquand refuse un développement trop rapide qu'il risquerait de ne pas pouvoir gérer correctement. Une chose est certaine, le concept plaît énormément tant aux clients qu'aux professionnels. Amanõa s'adresse à vous, qui avez choisi ce métier par passion et qui vous comportez en véritable chef d'entreprise. Les esthéticiennes qui sont déjà en relation avec Amanõa ont vite compris qu'Eric Marquand n'œuvre pas pour son compte personnel exclusivement mais bien pour une réussite commune ! ■

Amanõa le spa, 43 av. Jean Jaurès, 89000 Auxerre. Tél. 03 86 46 89 67. [www.amanoa.fr](http://www.amanoa.fr)

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 3 sur 8

## Document 2 : Ébauche de plan

Echelle : 1/100



Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 4 sur 8



# technique esthétique

PAR ANNE-SOPHIE GAMELIN

## RAW EARTH SPA PÉDICURE

### Mise en beauté Spa des pieds

Soin de beauté des pieds très hydratant et aroma-thérapeutique, Raw Earth Spa Pédicure a été conçu par Creative Nail Design. Enrichi en vitamines et en minéraux, ce soin professionnel permet de retrouver des pieds soignés, superbes, en bonne santé.



Le soin débute par un bain minéral effervescent. Il est suivi par un gommage à base de sucre, produisant une agréable chaleur, afin d'exfolier et lisser la peau. Puis l'application d'un masque à base d'argile volcanique pour hydrater l'épiderme précède un modelage relaxant des pieds et des chevilles. Cette mise en beauté des pieds peut se clôturer par une pose de vernis. Il est à noter que l'esthéticienne peut personnaliser le soin (bain, gommage, masque et modelage) avec des huiles essentielles.

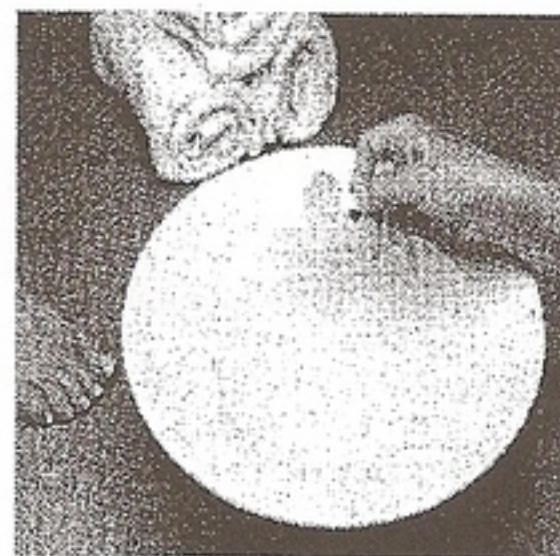


### Déroulement du soin

Durée : 1 heure

#### Étape 1 : le bain

» Au préalable, l'esthéticienne se lave les mains, puis les désinfecte avec Cool Blue.  
 » Elle prépare ensuite le bain pour les pieds avec une dose de Raw Earth Foot.Clean, et agite l'eau jusqu'à dissolution du produit.



Pour un bain à remous, elle incorpore 2 à 3 doses de produit.  
 » Elle fait tremper les pieds de la cliente pendant 3 à 5 minutes.

À base d'acide citrique, d'huiles de santal, amyris balsamifera, calendula officinalis, et de malachite, Raw Earth Foot Clean confère à ce bain effervescent odorant toutes ses propriétés antiseptiques et adoucissantes.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 5 sur 8

## Étape 2 : le soin des ongles et des cuticules

- Si nécessaire, elle retire toute trace de vernis avec une lingette imprégnée de Scrubfresh.
- Elle lime les ongles en respectant un angle de 45° sur les bords et réajuste leur longueur.
- Elle crée une continuité entre les côtés et le bord libre.
- Elle affine la forme des ongles avec la face 240 de la lime Kanga Board ou Boomerang Board.
- Elle applique régulièrement sur les cuticules une petite quantité de Cuticule Remover.
- Avec un repousse-peaux ou un bâtonnet, elle repousse les cuticules et décolle les peaux mortes de l'ongle.

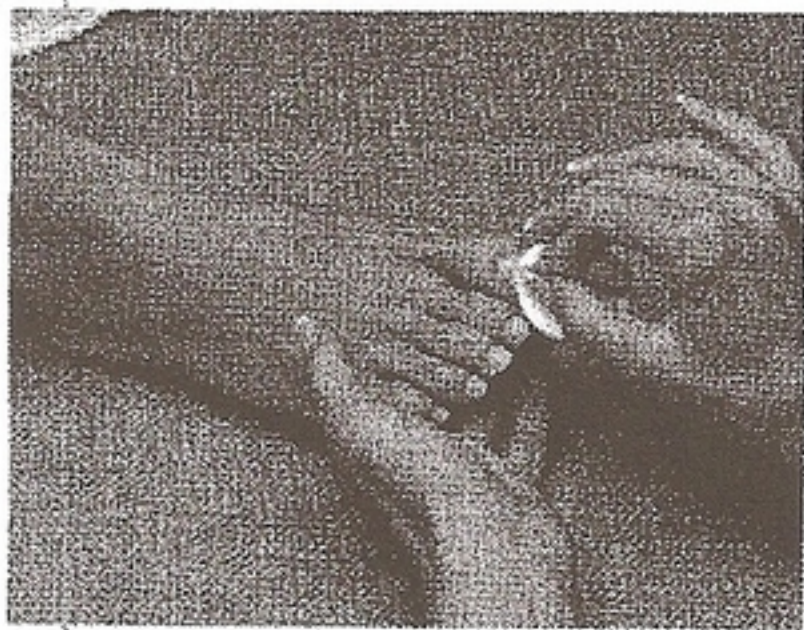
Elle utilise une curette ou un bâtonnet pour éliminer les peaux mortes au niveau de l'éponichium et des bourrelets latéraux.

Avec une pince à envies, elle coupe (sans tirer) les peaux mortes et les envies.

▸ Elle rince soigneusement avec de l'eau chaude et sèche avec une serviette.

▸ Elle applique une petite quantité de A.H.A. Cuticule Eraser à la base de chaque ongle et fait bien pénétrer le produit.

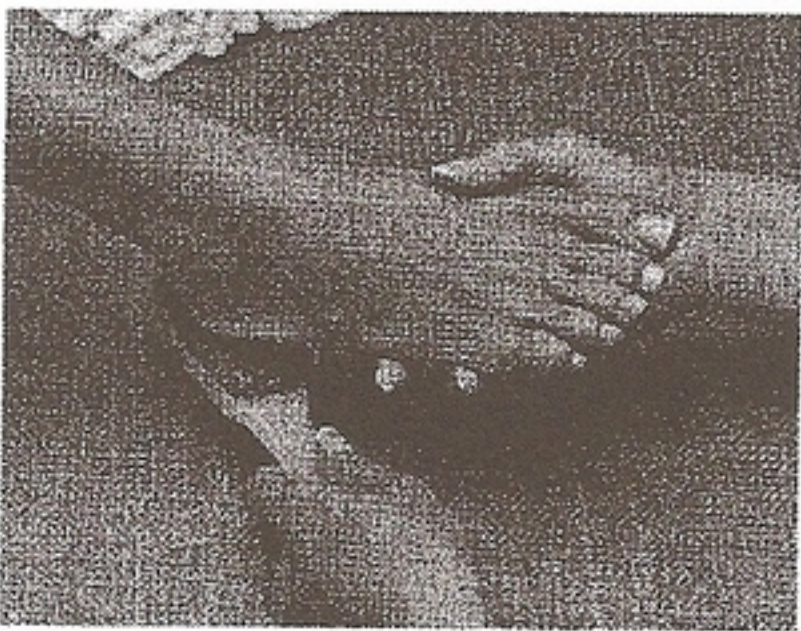
▸ Elle dépose une goutte de SolarOil à la base de chaque ongle et fait pénétrer.



## Étape 3 : le gommage

- Elle immerge le pied dans le bain et mouille la jambe jusqu'au genou, puis retire le pied du bain sans sécher, la peau doit rester humide.
- Avec une grosse noix de Raw Earth Foot Buff, elle procède pendant 2 à 3 minutes au gommage du pied en incluant le bas de la jambe.

Ce gommage délivrant une agréable chaleur est composé d'acide citrique, de saccharose (cane à sucre crue) pour exfolier, d'huile de graines de macadamia ternifolia, naturellement adoucissante, d'huile de primevère, d'extrait de pépins de raisins, de vitamine E aux vertus anti-oxydantes, et d'oxyde de calcium comme agent chauffant.



- Elle rince minutieusement le pied, puis le sèche avec une serviette éponge.
- À l'aide d'un coton, elle applique généreusement le Sea Serum sur les callosités et les parties sèches du dessous du pied.
- Elle se rince soigneusement les mains dans l'eau du bain pour éviter que le produit n'agisse sur elles.
- Elle enveloppe le pied de la cliente dans une serviette éponge et laisse agir le produit pendant 5 minutes.
- Elle sort le pied de la serviette éponge et passe le Callus Smoother sur les callosités en mouvements circulaires pour les réduire et les lisser.
- Elle rince le pied, le sèche, puis procède de la même manière sur l'autre pied.

Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 6 sur 8

## Étape 4 : l'hydratation

- » À la main ou avec un pinceau, elle applique une grosse noix de Raw Earth Foot Mask sur les pieds en une couche fine et régulière. Si elle utilise un pinceau, elle le nettoie ensuite avec de l'eau et du savon, puis le désinfecte.
- » Elle enveloppe les pieds dans une serviette éponge chaude ou utilise des chaussettes chauffantes électriques. Elle laisse agir le masque pendant 3 à 5 minutes.



- » Pour ramollir le masque, elle plonge ensuite les pieds dans le bain pendant 30 secondes, puis sèche les pieds et les jambes.

Riche en minéraux (bentonite, extrait de rhodochrosite), en vitamines (E, B5) et en extraits de pépins de raisin, Raw Earth Foot Mask va intensément nourrir et adoucir la peau, améliorer son élasticité.

## Étape 5 : le modelage

- » En utilisant une noisette de Raw Earth Foot Rub, elle procède au modelage du pied et de la voûte plantaire en pratiquant 3 types de mouvements : pétrissage, friction et effleurage.
- » Si nécessaire, elle essuie l'excédent de produit.

Délicatement parfumé, Raw Earth Foot Rub intègre notamment des céramides 3, connues pour améliorer l'hydratation de l'épiderme et augmenter sa douceur, ainsi qu'un extrait de smithsonite, protecteur de la peau.

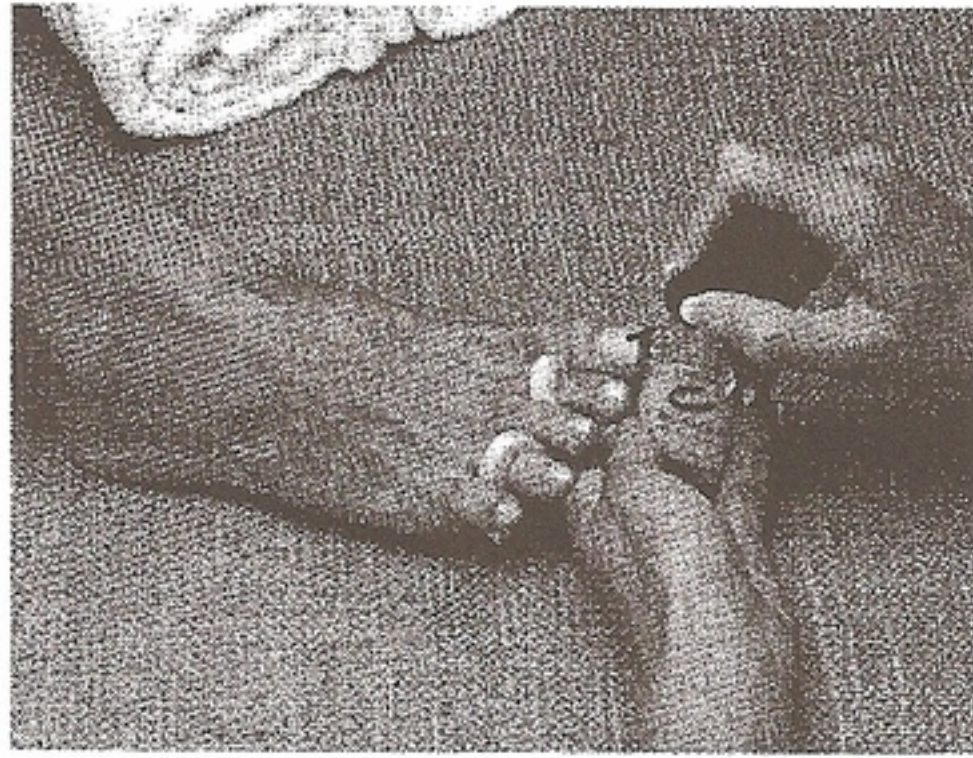


## Étape 6 : la préparation des ongles

- » Elle dépolit les ongles avec le grain 1 200 du polissoir Koala Buffer ou Boomerang Board.
- » Si la cliente ne souhaite pas de pose de vernis, elle polit les ongles avec le polissoir Girlfriend jusqu'à l'obtention d'une belle brillance.
- » En écartant les bourrelets latéraux avec les doigts, elle vérifie qu'il n'y a plus aucune peau morte, envie ou excédent de crème, sinon elle utilise une curette ou un bâtonnet pour éliminer les résidus.



Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 7 sur 8



### Étape 7 : la pose de vernis

- » Elle met en place le séparateur d'orteils Toe Separator Creative.
- » Avec une lingette imprégnée de Scrubfresh, elle élimine l'huile et les résidus de la surface des ongles.
- » Elle applique une fine couche de base Stickey.
- » Elle applique 2 couches de vernis.
- » Une fois le vernis sec, elle le protège avec une couche de Super Shiney.
- » Après une minute, il est possible d'accélérer le séchage avec SolarSpeed Spray (qui hydrate également les cuticules) ou avec Dry & Shine qui s'applique comme un vernis. Dans ce dernier cas, elle laisse sécher le produit, puis essuie doucement l'excédent de produit avec un coton ou une lingette.

### Conseil

À la revente, la ligne Raw Earth Spa Pedicure est proposée dans un très joli sac en toile de jute.



Baccalauréat professionnel esthétique/cosmétique-parfumerie – DOSSIER TECHNIQUE		
U11 Etude de situations professionnelles en esthétique/cosmétique-parfumerie	Coefficient 4	4 heures
Repère de l'épreuve : 0906 - ECP ST 11	Session 2009	Page 8 sur 8