Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

BTS MECP

Environnement professionnel

Session 2016 • Code sujet : **MEE2EP** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Développement commercial de Lipo-Light sur le marché français** (3 questions) **Page 3**

2. **Évolution et promotion de l'image de Lipo-Light en France** (4 questions) **Page 5**

3. **Prise en compte des contraintes juridiques liées au développement de l'activité** (2 questions) **Page 7**

4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) **Page 9**

Sujet officiel (PDF) : https://btsmecp.fr/assets/annales/bts-mecp/E2 - Expertise scientifique et technologique/2016/BTS MECP - E2 - Expertise scientifique et technologique - Session 2016 - 1-Sujet.pdf

1. Développement commercial de Lipo-Light sur le marché français

Vous assistez l'équipe commerciale de Lipo-Light France, importateur-distributeur d'appareils de lumino-esthétique destinés aux professionnels de la beauté et du bien-être. Les annexes présentent les appareils et leur technologie, ainsi que les activités et objectifs des technico-commerciaux.

Question Q1. Construire des arguments de vente permettant de séduire les professionnels du secteur de la beauté et du bien-être.

Construire l'argumentaire autour des bénéfices pour l'institut, en adaptant les exemples à sa clientèle et à son organisation.

Atout	Bénéfice professionnel
Mise en œuvre simple	Préparation de 2 à 3 minutes, sans gel ni produit complémentaire ; l'appareil fonctionne en autonomie.
Confort de la prestation	Méthode présentée comme non invasive, indolore et relaxante, réalisable dans une cabine avec une table de massage.
Choix des équipements	V4 portable ou V16 sur pied ; le V16 dispose de 16 plaques pour traiter plusieurs zones au cours d'une séance.
Accompagnement de l'offre	Séances de 20 minutes, garantie de 2 ans ; les cures permettent de proposer un suivi de la clientèle.

Présenter les résultats comme des objectifs annoncés par le fabricant, et non comme une garantie. Préciser que la liporéduction vise un amincissement localisé, distinct d'une perte de poids.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une prestation simple, confortable et différenciante, proposée avec le choix entre les modèles V4 et V16.

Question Q2. Anticiper trois objections susceptibles d'être émises par les professionnels du secteur de la beauté et du bien-être et proposer un traitement pour chacune.

Écouter l'objection, la reformuler, puis répondre avec un élément concret et une proposition adaptée, sans promettre de résultat certain.

1. **« L'appareil est trop cher. »** Les prix conseillés fournisseur 2015 commencent à 9 604 € pour la V4 et 19 604 € pour la V16. Comparer les modèles selon les besoins et le volume d'activité de l'institut ; le V16 permet de traiter plusieurs zones à la fois.
2. **« La prestation prend trop de temps. »** Une séance dure 20 minutes et la préparation 2 à 3 minutes ; aucun gel n'est nécessaire et l'appareil fonctionne en autonomie.
3. **« Les résultats sont-ils réels et sans risque ? »** Expliquer le principe de la DEL et les éléments annoncés par le fabricant, sans garantie individuelle. La graisse libérée doit être consommée par l'organisme ; l'amincissement localisé n'est pas une perte de poids.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Répondre aux objections sur le prix, le temps de soin et les résultats avec des informations précises et mesurées.

Question Q3. Proposer un outil de suivi permettant d'évaluer les performances commerciales du technico-commercial nouvellement recruté pour le secteur de l'Île-de-France.

Utiliser un tableau de bord mensuel pour comparer l'activité et les résultats aux objectifs attribués au secteur Île-de-France.

Indicateur mensuel	Objectif	Réalisé	Écart	Action
Contacts téléphoniques, relances incluses	60	À renseigner	À calculer	À définir
Visites directes, hors courtoisie	20	À renseigner	À calculer	À définir
Contrats négociés	6	À renseigner	À calculer	À définir
Contrats signés	3	À renseigner	À calculer	À définir
Chiffre d'affaires	3 500 €	À renseigner	À calculer	À définir

Compléter le suivi par le portefeuille de prospects et de clients, les visites, les ventes et les relances. Le point mensuel permet d'analyser les écarts aux objectifs puis de décider d'actions de prospection, de négociation ou de fidélisation.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Un tableau de bord mensuel comparant les réalisations aux objectifs, avec les écarts et les actions correctives.

2. Évolution et promotion de l’image de Lipo-Light en France

Le fabricant gallois Innovate Photonics souhaite donner une image innovante et dynamique à ses appareils, tandis que Lipo-Light France adapte sa communication au marché français. Les annexes comprennent des informations sur l’entreprise, des propositions de logotypes et une banque d’images pour préparer un message publicitaire destiné aux écrans des instituts partenaires.

Image de marque

Question Q4.1. Identifier les éléments constitutifs de l’image de marque que Lipo-Light souhaite véhiculer en France.

Lipo-Light veut projeter une image innovante et dynamique, appuyée sur l’expertise technique d’Innovate Photonics, leader anglais de la lumino-esthétique et fort de plus de 40 ans d’expérience. La marque associe la technologie DEL bi-fréquence à l’univers de la beauté, de la minceur et du bien-être.

- Une prestation professionnelle, simple et rapide, sans gel ni crème.
- Un soin présenté comme confortable, non invasif et multi-zones.
- Un positionnement technologique et haut de gamme, avec des résultats d’amincissement localisé annoncés.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une image innovante, dynamique et professionnelle, associant technologie DEL, beauté, amincissement localisé et bien-être.

Analyse des logotypes

Question Q4.2. Analyser les propositions de logotypes du service de communication de la société Lipo-Light.

Logo	Atouts	Limites
1	Symbole courbe bleu et or, nom lisible ; impression de mouvement et de qualité.	Le lien avec la technologie DEL n’est pas explicite.
2	Vague évoquant les courbes ; écriture élégante.	Nom soudé, symbole abstrait.
3	Nom immédiatement identifiable.	Le reflet rose nuit à la lisibilité ; peu distinctif.
4	Silhouette et croissant évoquant beauté et minceur.	Style féminin et classique, détail moins lisible en petit format.
5	Couleur vive ; mention « PRO » identifiant une offre professionnelle.	Dégradé et petite mention réduisent la lisibilité.

Les propositions privilégient des codes de beauté et de minceur, mais différencient peu la technologie. À l’écran ou en petit format, la lisibilité du nom et la simplicité du symbole sont déterminantes. Le logo 1 associe clairement le nom à un signe dynamique, tandis que le 4 explique davantage le secteur par sa silhouette.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le logo 1 est dynamique et lisible ; le 4 évoque la minceur, tandis que les reflets et dégradés des logos 3 et 5 nuisent à la lecture.

Choix du logotype

Question Q4.3. Préconiser l'un des logotypes proposés.

Je préconise le logo 1. Son signe courbe et élancé suggère le mouvement, en accord avec l'image innovante et dynamique recherchée. Le contraste bleu et or donne une impression de qualité, et le nom Lipo-Light reste facilement identifiable. Avant sa diffusion, il faut vérifier sa lisibilité à différentes tailles et sur les supports prévus, notamment les écrans, les documents imprimés et les appareils, puis s'assurer que son utilisation est juridiquement possible.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Choisir le logo 1, après vérification de sa lisibilité sur les supports et de sa disponibilité juridique.

Message publicitaire

Question Q5. Proposer au prestataire un scénario de message publicitaire numérique, diffusé en boucle sur les écrans des instituts partenaires, pour mettre en valeur la prestation Lipo-Light à partir de quatre images enrichies d'éléments textuels et sonores.

1. **Image 15, appareil :** afficher « Découvrez Lipo-Light, la liporéduction par DEL ». Voix calme, musique douce et moderne.
2. **Image 9, plaques sur le ventre :** « Les plaques se posent sur les zones ciblées. Une séance dure 20 minutes. » Ajouter une voix évoquant le confort et la détente.
3. **Image 10, schéma des cellules :** « Les DEL stimulent la libération des graisses stockées dans les cellules. » Préciser en voix que l'activité physique contribue ensuite à les consommer.
4. **Image 12, femme souriante :** « Un soin de bien-être pour votre silhouette. Renseignez-vous auprès de votre institut. » Terminer par le logo et la musique.

Prévoir des transitions douces et des textes courts. Présenter l'amincissement comme localisé, sans promettre une perte de poids garantie.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Appareil, pose des plaques, principe de la liporéduction, puis bien-être et invitation à se renseigner auprès de l'institut.

3. Prise en compte des contraintes juridiques liées au développement de l'activité

La marque Lipo-Light, jusque-là protégée sur le territoire gallois, doit bénéficier d'une extension de protection à l'international. L'entreprise souhaite aussi sensibiliser les professionnels de l'esthétique à la législation, à la déontologie et aux bonnes pratiques d'utilisation.

Protection de la marque

Question Q6. Identifier les bénéfices pour Lipo-Light France de l'extension internationale de la protection de la marque.

L'extension permet de protéger la marque dans les pays désignés, au-delà du territoire gallois, et de mieux sécuriser son exploitation en France. Selon l'annexe, le système de Madrid permet une demande unique, dans une seule langue, avec une taxe unique, pour solliciter la protection dans les pays membres concernés, jusqu'à 96 pays.

L'enregistrement accorde un droit exclusif d'utilisation, autorise la concession de licences et renforce la position du titulaire en cas de litige. Lipo-Light France peut ainsi mieux distinguer son offre et agir contre les usages non autorisés ou les imitations.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Protection dans les pays désignés, démarches et coûts réduits, droit exclusif d'utilisation et défense renforcée contre les imitations.

Information réglementaire

Question Q7. Préciser le contenu d'un document d'information destiné à être affiché sur le tableau du personnel des instituts de beauté et des centres de bien-être, afin de sensibiliser les professionnels au respect de la législation, de la déontologie et des bonnes pratiques d'utilisation.

Le document doit résumer les obligations et précautions applicables. L'article L. 1151-2 du Code de la santé publique prévoit que les actes esthétiques présentant des risques sérieux peuvent être encadrés par des règles de qualification, de déclaration d'activité, de conditions techniques et de sécurité.

- Rappeler de vérifier les règles en vigueur, les compétences requises et les conditions d'exercice.
- Exiger le respect de la notice du fabricant, des règles d'hygiène et des consignes de sécurité, ainsi que la vérification des contre-indications.
- Informer loyalement la clientèle sur le soin, ses limites et ses résultats possibles, sans promesse exagérée ni présentation comme un acte médical.

Préciser enfin que l'interdiction des actes de lyse adipocytaire non invasifs citée dans le décret de 2011 a été suspendue puis annulée par le Conseil d'État en 2012.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Rappeler le cadre légal, les exigences de compétence et de sécurité, les bonnes pratiques d’utilisation et l’information loyale de la clientèle.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2016)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve U2 Environnement professionnel du BTS Métiers de l'Esthétique, Cosmétique, Parfumerie, session 2016, porte le code MEE2EP, dure 3 heures et a un coefficient de 3. À partir du cas Lipo-Light, elle évalue la construction d'arguments et d'outils commerciaux, la communication de marque, la création d'un scénario publicitaire et la prise en compte des règles de propriété intellectuelle et de réglementation professionnelle.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les modèles Lipo-Light V4 et V16 comportent respectivement 4 plaques et 120 DEL, puis 16 plaques et 480 DEL.
- Dans la technologie décrite, la liporéduction désigne une réduction localisée des cellules graisseuses, tandis que l'amaigrissement correspond à une perte de poids.
- Les objectifs commerciaux mensuels indiqués sont 60 contacts téléphoniques, 20 visites, 6 contrats négociés, 3 contrats signés et 35 000 € de chiffre d'affaires.
- Le système de Madrid permet une demande internationale unique de protection de marque dans les pays membres concernés.

Points de vigilance & attentes du jury

- Relier les arguments de vente aux caractéristiques des appareils et aux besoins concrets d'un institut ou d'un centre de bien-être.
- Associer chaque objection à une réponse précise et crédible, sans confondre bénéfices annoncés et preuves disponibles.
- Présenter un suivi commercial avec indicateurs mesurables, objectifs, résultats constatés et écarts.
- Pour le scénario publicitaire, utiliser quatre images et prévoir des éléments textuels et sonores dans un enchaînement cohérent.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment distinguer liporéduction et amaigrissement dans ce sujet ?

La liporéduction décrit la diminution localisée du volume des cellules graisseuses. L'amaigrissement correspond à une perte de poids, qui intervient lorsque l'organisme utilise les graisses libérées comme source d'énergie.

Q : Quels indicateurs utiliser pour suivre le technico-commercial ?

Comparez les résultats mensuels aux objectifs fournis : contacts téléphoniques, visites directes, contrats négociés, contrats signés et chiffre d'affaires. Un tableau de suivi peut aussi présenter les écarts et les actions correctives envisagées.

Q : Comment organiser son travail pendant les trois heures d'épreuve ?

Répartissez le temps selon le poids des trois axes : 26, 20 et 14 points, soit 60 points au total. Repérez les annexes utiles à chaque question, puis gardez du temps pour vérifier que toutes les tâches ont été traitées.

Q : Quelle règle juridique l'annexe 8 invite-t-elle à prendre en compte ?

L'annexe cite l'article L. 1151-2 du Code de la santé publique sur l'encadrement possible des actes esthétiques présentant des risques. Elle précise que le décret de 2011 interdisant certains actes de lyse adipocytaire non invasive a été suspendu puis annulé.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmecp.fr/assets/annales/bts-mecp/E2 - Expertise scientifique et technologique/2016/BTS MECP - E2 - Expertise scientifique et technologique - Session 2016 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Métiers de l\ : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.