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 - U2

Session 2019 • Code sujet : **MEE2EP** • Durée : **3 H 00** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse du contexte professionnel et du positionnement de YON-KA sur le marché des SPA (2 questions) **Page 3**

2. Création d'un bandeau web valorisant l'image de YON-KA (2 questions) **Page 5**

3. Prospection des spas et développement d'un partenariat professionnel (3 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/2019/BTS MECP - E2 - Expertise scientifique et technologique - Session 2019 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse du contexte professionnel et du positionnement de YON-KA sur le marché des SPA

YON-KA, marque française spécialisée dans les soins en institut, développe une gamme corps de neuf produits déclinée en quatre voyages phyto-aromatiques. Elle évalue l'intérêt de renforcer son positionnement sur le marché des SPA au regard de ses atouts et de l'évolution du secteur.

Caractériser une situation et analyser le contexte professionnel

Question 1.1. Mettre en évidence les points forts de la marque YON-KA et les opportunités qui s'offrent à elle sur le marché des soins esthétiques.

Points forts de YON-KA	Opportunités du marché
Marque française créée en 1954, identité phyto-aromatique distinctive. Quintessence exclusive de cinq huiles essentielles, présente dans 70 % des produits. Plus de 130 plantes entrent dans les formules. Expertise du soin personnalisé et réseau de 600 instituts et SPA en France.	Attentes croissantes pour les produits naturels et éthiques. Marché français de la beauté et des soins personnels évalué à 12,9 milliards d'euros en 2017. Secteur du SPA en croissance de 4 % en 2016, avec 4,8 millions de clients. Présence du groupe dans 56 pays et réseau de 5 000 instituts et SPA dans le monde.

Les cinq piliers de la marque, nature, science, efficacité, expertise du geste et bien-être, fondent sa différenciation. La nouvelle gamme corps de neuf produits et ses quatre voyages phyto-aromatiques peuvent répondre aux attentes de personnalisation et d'expérience sensorielle. Le développement international et la croissance du bien-être ouvrent des débouchés, malgré une concurrence cosmétique forte.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> YON-KA dispose d'une identité phyto-aromatique forte et d'un réseau solide. La demande de naturel, de personnalisation et de bien-être, ainsi que la croissance des SPA, offrent des perspectives de développement.

Question 1.2. Justifier le choix stratégique de YON-KA de renforcer son positionnement sur le marché du SPA.

Le choix est cohérent avec la croissance du SPA : +4 % en 2016. Le secteur compte 3 000 établissements en France métropolitaine et en Corse, 4,8 millions de clients et 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Les soins experts du corps y ont désormais leur place.

- La gamme corps et ses quatre voyages phyto-aromatiques apportent une offre sensorielle en phase avec la recherche de bien-être et de relaxation.
- Le réseau de 600 instituts et SPA en France constitue un appui pour prospecter les professionnels et déployer l'offre.
- Ce relais de croissance permet à YON-KA de se différencier dans un secteur esthétique concurrentiel, dont l'activité baisse en volume de 0,2 %. Il favorise aussi l'association des soins et de la vente de produits.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le SPA est un relais de croissance pertinent, en développement et adapté à l’offre sensorielle et experte de YON-KA.

2. Création d’un bandeau web valorisant l’image de YON-KA

Dans le cadre de la refonte de la page « Trouver votre institut », la marque souhaite améliorer l’impact visuel du site avec un bandeau composé d’un visuel et d’un texte d’accroche. La proposition doit respecter la charte graphique, le gabarit fourni et le choix de visuels validés par la hiérarchie.

Promouvoir l’image et les valeurs de la marque

Question 2.1. Choisir un visuel parmi ceux qui ont été validés par votre hiérarchie et argumenter le choix concernant le visuel proposé.

Je retiens le visuel 4 parmi les images validées. Son format horizontal convient au bandeau et la scène montre clairement un soin professionnel : une praticienne accompagne la cliente dans un geste doux. Le visage détendu évoque le bien-être, tandis que la sobriété de l’image laisse la place au texte d’accroche. Ce choix valorise l’univers du spa et rejoint les valeurs YON-KA d’expertise du geste, de soin personnalisé et d’harmonie entre le corps et l’esprit.

Visuel 4 retenu



RETENU Visuel 4

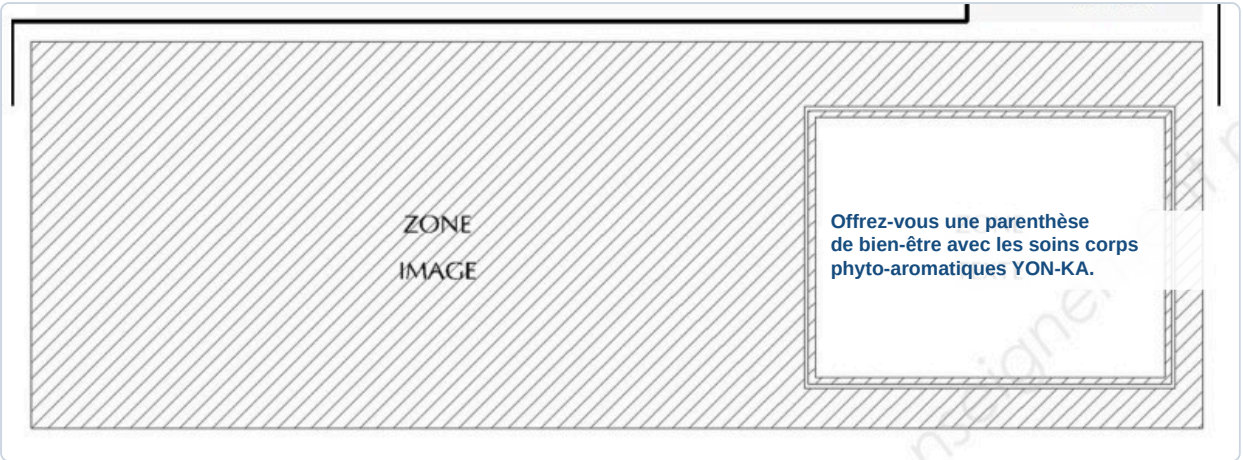
✓ RÉPONSE À RETENIR

Visuel 4 : un soin professionnel et apaisant, en accord avec l’expertise et l’univers de bien-être YON-KA.

Question 2.2. Rédiger le texte d’accroche à associer au visuel choisi, pour l’intégrer dans la zone dédiée à cet effet.

Je propose une accroche courte, sensorielle et lisible dans la zone de texte du bandeau. Elle met en avant le bien-être et les soins corps phyto-aromatiques, en cohérence avec l’image choisie et l’identité de la marque. Sa formulation invite à découvrir l’offre sans faire de promesse excessive. La mention de l’institut agréé s’accorde avec la page « Trouver votre institut ».

Accroche dans la zone dédiée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Offrez-vous une parenthèse de bien-être avec les soins corps phyto-aromatiques YON-KA dans votre institut agréé.

3. Prospection des spas et développement d’un partenariat professionnel

Le service de développement souhaite adresser un courrier aux responsables de spa pour les prospecter et développer la diffusion des produits et techniques YON-KA. Un premier modèle de convention sert de base pour encadrer les engagements réciproques et suivre les résultats du partenariat.

Contribuer au développement de la marque auprès des professionnels

Question 3.1. Rédiger le courrier destiné aux responsables de spa que la marque souhaite prospecter, en retenant au moins trois arguments clés.

Madame, Monsieur,

YON-KA, marque française pionnière du soin phyto-aromatique, vous propose de développer dans votre spa une offre de soins corps personnalisée. Plus de 130 plantes et des actifs phyto-aromatiques ciblés contribuent à l’identité et à l’efficacité de ses produits. Ses protocoles holistiques associent expertise du geste, bien-être et expérience sensorielle.

Déjà présente dans 600 instituts et spas en France et auprès de 5 000 partenaires dans le monde, la marque accompagne les équipes par la formation à ses techniques. Dans un secteur du spa en croissance, ce partenariat peut enrichir votre offre de soins et favoriser la vente de produits complémentaires.

Nous serions heureux de vous présenter la gamme et d’étudier avec vous les modalités d’une collaboration. Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

Le service développement YON-KA

✓ RÉPONSE À RETENIR

Proposer une collaboration spa fondée sur l’expertise phyto-aromatique YON-KA, la formation des équipes et une offre de soins différenciante.

Question 3.2. Présenter les modifications à apporter au premier modèle de convention afin d’assurer la prise en compte des intérêts de chacune des parties dans le cadre du partenariat.

Clause	Modification à apporter
Objet et prestations	Décrire les soins, produits, formations, calendrier et tâches de chaque partie.
Conditions financières	Compléter les montants, échéances, paiements et prix des prestations complémentaires.
Engagements et suivi	Préciser approvisionnement, formation, promotion, comptes rendus, confidentialité et responsabilités.
Durée et résiliation	Fixer durée, renouvellement, préavis et modalités de fin du partenariat.
Garanties et différends	Définir assurances, règlement des litiges et indépendance des parties.

Le modèle présente des engagements très généraux pour YON-KA et ne détaille pas les obligations du spa au-delà du paiement. Il faut donc formaliser les contributions et les bénéfices attendus de chaque partie, avec des modalités vérifiables. La résiliation doit être clarifiée : prévoir des conditions équilibrées, notamment le délai de mise en demeure déjà indiqué pour remédier à un manquement, et préciser la procédure applicable en cas de fin anticipée.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Compléter la convention par des engagements réciproques précis, des conditions financières explicites et des règles équilibrées de suivi, durée et résiliation.

Question 3.3. Proposer des indicateurs qui permettront d'évaluer les performances du partenariat avec les spas.

Comparer les résultats aux objectifs définis dans la convention, lors d'un bilan mensuel ou trimestriel. Retenir des indicateurs suivis par les deux partenaires :

- Ventes : chiffre d'affaires et volumes de produits YON-KA, fréquence des réassorts.
- Soins : nombre de soins réalisés, taux de réservation et ventes de produits après les soins.
- Développement : nouveaux clients, fidélisation et taux de retour.
- Accompagnement : nombre de personnes formées et application des protocoles.
- Satisfaction : avis des clientes, réclamations et retour des équipes du spa.

Un compte rendu partagé permet d'expliquer les écarts, puis de convenir d'actions correctives.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Évaluer périodiquement les ventes, l'activité de soins, la fidélisation, la formation et la satisfaction au regard des objectifs convenus.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2019)

Bilan de l'épreuve : Épreuve écrite U2 Environnement professionnel du BTS Métiers de l'esthétique - cosmétique - parfumerie, session 2019, code MEE2EP, durée trois heures, coefficient 3. Le sujet étudie YON-KA, sa gamme corps et son développement sur le marché des SPA. Il évalue l'analyse du contexte, la communication de marque, la prospection professionnelle et la formalisation et l'évaluation de partenariats.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La Quintessence YON-KA associe cinq huiles essentielles et constitue un élément central de l'identité et du développement de la marque.
- L'analyse de marché distingue les atouts internes de l'entreprise des opportunités et contraintes externes du secteur.
- Un bandeau web associe un visuel cohérent avec l'identité de la marque et un texte adapté à la zone prévue.
- Une convention de partenariat précise les prestations, obligations, conditions financières, responsabilités et modalités de rupture.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les points forts propres à YON-KA des opportunités du marché et justifier l'analyse par les annexes.
- Relier le choix du visuel et le texte d'accroche à la page « Trouver votre institut », au gabarit et à l'identité de marque.
- Dans le courrier de prospection, intégrer au moins trois arguments clés et adopter une forme professionnelle adaptée aux responsables de spa.
- Pour la convention et les indicateurs, considérer les intérêts des deux parties et proposer des éléments observables pour suivre le partenariat.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment structurer l'analyse des points forts et des opportunités de YON-KA ?

Séparez les atouts internes de la marque, comme son identité, son expertise et son réseau, des opportunités externes décrites dans les annexes. Reliez chaque constat à un élément précis du dossier et expliquez son intérêt pour YON-KA.

Q : Comment justifier le développement de YON-KA sur le marché des SPA ?

Appuyez-vous sur les données du dossier concernant l'évolution des SPA et du bien-être, puis mettez-les en relation avec l'offre et l'expertise de YON-KA. Prenez aussi en compte les contraintes concurrentielles et les risques présentés.

Q : Comment répartir le temps en tenant compte du barème ?

L'épreuve dure trois heures et totalise 30 points : les axes 1 et 2 valent chacun 9 points, tandis que l'axe 3 vaut 12 points. Planifiez votre temps en conséquence, en réservant une part importante aux tâches de partenariat.

Q : Quels éléments vérifier dans les propositions de convention et de partenariat ?

Vérifiez que les engagements et contreparties de chaque partie sont clairement définis. Le dossier souligne notamment les prestations, les conditions financières, les responsabilités, la durée, la résiliation et le règlement des différends.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmecp.fr/assets/annales/bts-mecp/E2 - Expertise scientifique et technologique/2019/BTS MECP - E2 - Expertise scientifique et technologique - Session 2019 - 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.