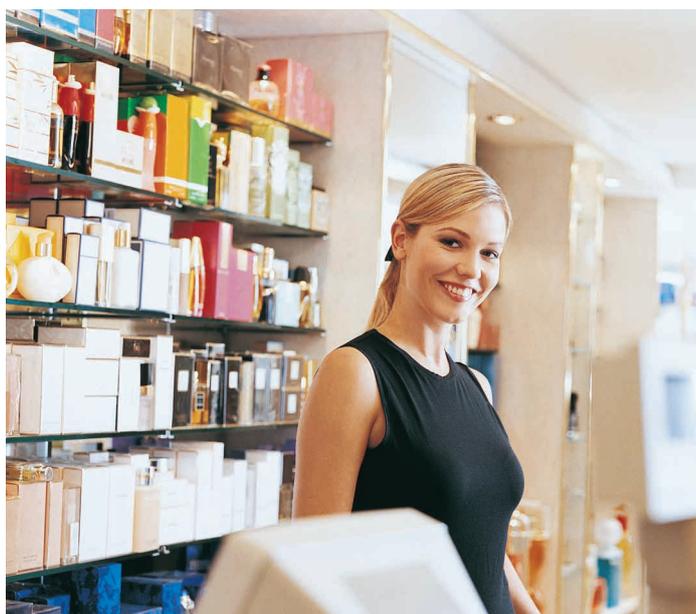


VADEMECUM



**CQP** **DERMO COSMÉTIQUE**  
**PHARMACEUTIQUE**



 **CPNEFP**  
PHARMACIE D'OFFICINE

# CQP DERMO COSMÉTIQUE PHARMACEUTIQUE

→ Créé par la CPNEFP Pharmacie d'officine, le **certificat de qualification professionnelle DERMO COSMÉTIQUE PHARMACEUTIQUE** s'adresse à toute personne habilitée à la délivrance du médicament au public, titulaire du diplôme de préparateur en pharmacie ou du diplôme de pharmacien.

→ **La CPNEFP Pharmacie d'officine**

La CPNEFP, instance paritaire de concertation entre les représentants des employeurs (FSPF, UNPF, USPO) et les organisations syndicales de salariés (CFDT, CFE CGC, CFTC, CGT, FO), a été créée par un accord du 16 décembre 1991.

La CPNEFP agit en matière d'emploi et de formation professionnelle, conformément à la convention collective de la pharmacie d'officine.

Sous l'impulsion des président et vice-président, l'organisation administrative et technique est assurée par un secrétaire indépendant qui accompagne les travaux de la CPNEFP sans prendre part à ses délibérations.

→ **La formation au CQP** repose sur une trentaine d'organismes de formation agréés par la CPNEFP. Le suivi des diplômés suppose des liens entre l'organisme de formation et le titulaire de la certification invité à répondre aux sollicitations de l'organisme.

→ **Le secrétaire de la CPNEFP** est l'interlocuteur des organismes de formation et, en tant que de besoin, des personnes en formation ou titulaires de la certification (contact via le site web). Le secrétaire de la CPNEFP assure le secrétariat du jury du CQP.

**+ d'info sur [www.cpnefp-pharmacie.org](http://www.cpnefp-pharmacie.org)**

---

Pour éviter de modifier ce document à chaque changement de personne et en faciliter la lecture, les termes concernant la CPNEFP sont au masculin sans contrevenir au principe d'égalité entre les femmes et les hommes.

Les noms des médicaments et produits dermo cosmétiques sont parfois enregistrés, protégés ou déposés en tant que marque. Ils sont cités dans ce référentiel à visée pédagogique. Pour ne pas alourdir la présentation, il ne sont pas suivis des signes de leur enregistrement.

Crédits : ©Thinkstockphotos. ©clubpharmaweb.com (photos des pages 41 à 47). Les photos et les textes des pages 56 et 57 sont reproduits avec l'aimable autorisation de Nuxe (fr.nuxe.com).

# SOMMAIRE

<b>1</b>	<b>RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS ET DE COMPÉTENCES</b> .....	4
<b>2</b>	<b>CAHIER DES CHARGES DE LA FORMATION</b> .....	6
	UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE .....	7
	UC2 ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE .....	10
	UC3 CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS .....	12
	UC4 VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS .....	20
<b>3</b>	<b>RÈGLES DE VALIDATION DU CQP</b> .....	22
<b>4</b>	<b>RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION ET D'ÉVALUATION</b> .....	24
	UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE ET UC2 ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE .....	25
	UC3 CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS .....	35
	UC4 VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS .....	50
<b>5</b>	<b>ANNEXES</b>	
	FICHE RÉCAPITULATIVE DES RÉSULTATS (À PHOTOCOPIER) .....	58
	CAHIER DES CHARGES DU DISPOSITIF DE TUTORAT .....	59

# 1

# RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS ET DE COMPÉTENCES

## UC1

### MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

#### SAVOIR FAIRE

- + Définir et mobiliser les moyens nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie commerciale
- + Constituer une offre commerciale
- + Évaluer les résultats d'une politique commerciale
- + Mener une enquête de besoins
- + Négocier avec les représentants des laboratoires
- + Construire un assortiment
- + Passer des commandes
- + Assurer le suivi des ventes
- + Réaliser des inventaires
- + Gérer le stock
- + Utiliser un logiciel de gestion des stocks

#### SAVOIR THÉORIQUE

- + Techniques de négociation
- + Le marché de la dermo cosmétique
- + Les segments de marché
- + Les gammes dermo cosmétiques
- + La concurrence
- + Étude de marché
- + Rotation du stock dans une gamme de produits
- + Chiffre d'affaires, marge brute, marge nette
- + Étude de rentabilité
- + Les tendances du marché

#### SAVOIRS PROCÉDURAUX

- + Politique commerciale de la pharmacie
- + Objectifs commerciaux de la pharmacie
- + Règles de gestion du stock
- + Fichier fournisseurs
- + Les laboratoires, les produits
- + Documentation technique
- + Typologie clientèle
- + Saisonnalité
- + Panier moyen hors ordonnance

## UC2

### ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE

#### SAVOIR FAIRE

- + Organiser l'espace dermo cosmétique au sein de la pharmacie
- + Concevoir et organiser un rayon dermo cosmétique
- + Concevoir une action de promotion de produits dermo cosmétiques
- + Concevoir une vitrine
- + Réaliser un linéaire
- + Animer une séquence de présentation d'une gamme
- + Réaliser des supports de présentation des produits (affiche, messages sur écran, flyer...)
- + Présenter et animer les offres commerciales auprès de l'équipe

#### SAVOIR THÉORIQUE

- + Techniques de communication
- + Techniques de merchandising
- + Techniques d'animation
- + Techniques d'étalagisme
- + Réglementation de l'autorisation de mise sur le marché (AMM)
- + Réglementation sur l'affichage des prix, les délais des promotions
- + Les tendances du marché

#### SAVOIRS PROCÉDURAUX

- + Fichier clients
- + Fiches conseil
- + Fichier fournisseurs
- + Fiches produits
- + Réglementation en matière de promotion des produits dermo cosmétiques en officine
- + Affichage des prix
- + Politique commerciale de l'officine
- + Stratégie commerciale des laboratoires
- + Saisonnalité

## UC3

### CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

#### SAVOIR FAIRE

- + Observer et analyser les caractéristiques d'une peau
- + Identifier les lésions d'une peau
- + Dispenser les conseils en termes de prévention associés à une ordonnance
- + Construire une fiche conseil
- + Identifier les urgences
- + Mener un entretien conseil
- + Déterminer et expliquer les soins appropriés au besoin

#### SAVOIR THÉORIQUE

- + Physiologie de la peau
- + Pathologies de la peau
- + Galénique
- + Actifs et additifs des produits
- + Hygiène et soins corporels
- + Conseils hygiéno-diététiques
- + Compléments alimentaires
- + Cosmétologie
- + Techniques de communication
- + L'entretien conseil : de l'accueil à la prise de congé
- + Les limites du conseil à l'officine

#### SAVOIRS PROCÉDURAUX

- + Fiche conseil
- + Grille de questionnement
- + Laboratoires et produits
- + Fiches techniques des produits
- + Fichier clients
- + Stock

## UC4

### VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS

#### SAVOIR FAIRE

- + Identifier les besoins et attentes du client
- + Construire un argumentaire
- + Mener un entretien de vente
- + Promouvoir un produit
- + Informer sur les mesures d'hygiène de vie et de prévention associées au produit
- + Pérenniser la relation client
- + Identifier les urgences
- + Utiliser un logiciel de gestion des stocks

#### SAVOIR THÉORIQUE

- + Techniques de communication
- + Techniques de vente et d'argumentation
- + Produits, caractéristiques, usages, précautions et mode d'emploi, contre indications, effets secondaires associés
- + L'entretien conseil : de l'accueil à la prise de congé
- + Limites du conseil

#### SAVOIRS PROCÉDURAUX

- + Fichier clients
- + Fiches conseil
- + Grilles de questionnement
- + Consignes de vente
- + Fiches produits
- + Laboratoires et produits associés
- + Stratégie promotionnelle des laboratoires
- + Stock

# 2

# CAHIER DES CHARGES DE LA FORMATION

	MODULES	DURÉE
<b>UC 1</b> MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE	→ Moyens de la définition d'une politique commerciale	10 h 30
	→ Achats	14 h
	→ Suivi des ventes	14 h
<b>UC 2</b> ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERM COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE	→ Conception et organisation d'un rayon dermo cosmétique	14 h
	→ Animation du point de vente	10 h 30
<b>UC 3</b> CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS	→ Physiologie cutanée et types de peaux	21 h
	→ Pathologies de la peau	35 h
	→ Galénique et actifs	14 h
	→ Conseils associés aux produits d'hygiène	21 h
	→ Conseils associés aux produits de soins	21 h
	→ Conseils associés aux produits de beauté	14 h
	→ Analyse de la nature de peau et conseils associés	21 h
	→ Communication appliquée au conseil	14 h
<b>UC 4</b> VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS	→ Techniques de vente	35 h
	→ Réglementation en matière de vente en pharmacie	7 h
<b>ÉVALUATION</b>	→ Contrôle continu	8 h
	→ Commission professionnelle d'évaluation	4 h

**TOTAL 278 h**

## UC1

## MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

## MODULE → MOYENS DE LA DÉFINITION D'UNE POLITIQUE COMMERCIALE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Décrire le marché de la parapharmacie</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Le marché, l'environnement concurrentiel et l'offre de l'officine :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le marché de la parapharmacie</li> <li>- Les différents types d'acteurs sur le marché : officines, parapharmacies, grandes surfaces</li> <li>- Les points forts et faibles de la concurrence</li> </ul> </li> </ul>	<b>10h30</b>
<p><b>Décrire les principes et les outils fondamentaux du marketing adaptés à l'officine</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les principes et les règles de la segmentation de clientèle (âge, sexe, familles, jeunes mamans, personnes âgées)</li> <li>+ Les différents types de clientèles d'une officine : clientèle actuelle, potentielle, temporaire, fidèle</li> <li>+ Les habitudes d'achat de la clientèle</li> <li>+ Les notions de panier moyen et de pouvoir d'achat</li> <li>+ Le positionnement de l'officine et les axes stratégiques : politique de prix, choix de produits techniques, qualité du service, typologie des officines et leurs offres commerciales, choix stratégiques en fonction de l'environnement, de la clientèle, des courants</li> <li>+ Veille commerciale :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition</li> <li>- Les moyens adaptés à l'officine</li> </ul> </li> <li>+ Notions sur les techniques d'études de marché :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition, sources d'information, utilisation des études de marché existantes</li> <li>- Outils simples de recueil d'information sur la concurrence, les pôles d'attraction : observations, questionnaires, enquêtes de besoins</li> </ul> </li> </ul>	

**DURÉE : 10H30**

## UC1

## MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

## MODULE → ACHATS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Constituer un assortiment en adéquation avec la politique commerciale de l'officine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Le plan de marchéage : ses différentes composantes et leur rôle (produits et services, prix et marges, distribution, communication...)</li> <li>+ L'assortiment : structure, ampleur, dimensions (largeur, profondeur)</li> <li>+ Les différentes étapes de la démarche de construction d'un assortiment : sélection des marques, des gammes, dimensions, les produits indispensables, les produits spécifiques</li> <li>+ La prise en compte de l'analyse des besoins et des attentes, des objectifs commerciaux de l'officine, de la représentativité et de la notoriété des marques dans la construction de l'assortiment</li> <li>+ La place des produits dans l'assortiment (permanents, saisonniers, nouveaux, chefs de file, standards, d'appels)</li> <li>+ La notion de marque : les différences entre l'image du produit et l'image de la marque et les fonctions de la marque</li> <li>+ La notion de notoriété</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Décrire les caractéristiques des principaux fournisseurs en dermo cosmétique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les principaux fournisseurs :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Circuit de distribution</li> <li>- Image de marque</li> <li>- Politique commerciale</li> <li>- Pratiques et usages commerciaux : types de remise (remise en pourcentage, unités gratuites, délai de paiement) et leurs intérêts respectifs</li> <li>- Cahier des charges des laboratoires : exigences en termes de linéaires, positionnement des produits, promotion des produits</li> </ul> </li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Décrire le processus d'achat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Techniques d'achat :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition des besoins</li> <li>- Recherche des fournisseurs</li> <li>- Analyse des offres en fonction des besoins</li> <li>- Les capacités de négociation à l'officine</li> </ul> </li> </ul>	

**DURÉE : 14H**

## UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

## MODULE → SUIVI DES VENTES

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Expliquer les critères de rentabilité d'un rayon dermo cosmétique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Chiffre d'affaires réalisé par le produit</li> <li>+ Marge brute dégagée par le produit</li> <li>+ Chiffre d'affaires par famille, rayon (chiffre d'affaires par marque, par gamme et chiffre d'affaires du rayon)</li> <li>+ Marge par famille, rayon</li> <li>+ Rendement par mètre linéaire, rayon</li> <li>+ Taux de marque</li> <li>+ Valeur du stock</li> <li>+ Coefficient de rotation de stock</li> </ul>	<b>3h30</b>
<b>Évaluer la performance d'un rayon</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les principaux ratios et les indices pertinents ainsi que leurs principes de calcul</li> <li>+ Exploitation des tableaux de bord d'analyse des ventes réalisées</li> </ul>	<b>3h30</b>
<b>Définir une stratégie de fidélisation client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ La stratégie de fidélisation : les différents outils de fidélisation et leurs intérêts respectifs, le choix des clientèles, le moment opportun</li> </ul>	<b>3h30</b>
<b>Identifier les critères de satisfaction de la clientèle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Moyens de suivi de la satisfaction de la clientèle :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Remarques et réclamations clients</li> <li>- Résultats des ventes par produit</li> <li>- Suivi de la fréquence des commandes de réapprovisionnement</li> </ul> </li> </ul>	<b>3h30</b>

**DURÉE : 14H**

## UC2

ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE  
AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE

## MODULE → CONCEPTION ET ORGANISATION D'UN RAYON DERMO COSMÉTIQUE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Définir les fondamentaux du merchandising appliqués à l'officine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ L'utilité et la nécessité du merchandising</li> <li>+ Les étapes de la démarche du merchandising</li> <li>+ Le merchandising de marque, d'enseigne</li> <li>+ La spécificité de l'officine :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- surface de vente /nombre de références</li> <li>- les différents profils de produits (volume et services)</li> </ul> </li> <li>+ L'offre produits et les segments du marché</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Décrire les principes d'organisation et de fonctionnement d'un espace de vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les aménagements possibles</li> <li>+ Les différents types de circulation de la clientèle</li> <li>+ Les différentes zones de l'espace de vente (libre service, zone visible non accessible) et leur gestion</li> <li>+ Les critères de répartition</li> </ul>	
<b>Implanter un linéaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ L'organisation du linéaire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractérisation de l'implantation des produits dans le linéaire : zones, présentation verticale, horizontale, les niveaux de présentation, les frontales, les têtes de gondole, la capacité d'un rayon</li> <li>- Le positionnement des produits et des marques et les incidences de leur implantation dans le linéaire</li> <li>- Les règles de calcul en matière d'organisation du linéaire : linéaire au sol, linéaire développé, capacité de stockage, frontal (facing)</li> <li>- Les règles applicables en matière de balisage d'un rayon, d'étiquetage des produits</li> <li>- Les différents supports de la signalétique, les supports promotionnels, la planification des actions</li> </ul> </li> <li>+ Les produits dans le linéaire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La prise en compte des spécificités de chaque segment de marché</li> <li>- La construction d'un linéaire équilibré</li> <li>- Les règles et les critères de qualité d'une bonne présentation des produits dans le linéaire et dans le rayon</li> <li>- Les règles de présentation des produits en promotion dans le rayon habituel, sur le plot promotionnel, sur le comptoir ou en vitrine</li> </ul> </li> </ul>	<b>7h</b>

**DURÉE : 14H**

## UC2 ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE

## MODULE → ANIMATION DU POINT DE VENTE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Décrire les différentes actions et techniques promotionnelles</b></p>	<p>+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les différents types d'actions promotionnelles :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Animations internes</li> <li>- Promotions des laboratoires</li> <li>- Concours</li> <li>- Carte de fidélité (laboratoire ou groupement)</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Construire et animer une action de promotion</b></p>	<p>+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les techniques de promotion :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vitrine</li> <li>- Mises en avant (rayon, comptoir)</li> <li>- PLV (publicité sur le lieu de vente)</li> <li>- Animations</li> </ul> </li> <li>+</li> <li>- Les supports de promotion :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Outils informatiques pour la mise en avant des produits</li> <li>- Plots promotionnels</li> <li>- Kakémono</li> <li>- Têtes de gondole</li> <li>- Linéaires</li> </ul> </li> <li>+</li> <li>- Les indicateurs de performance d'une action de promotion :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objectifs</li> <li>- Moyens mobilisés</li> <li>- Résultat de l'action</li> </ul> </li> </ul>	<b>10h30</b>
<p><b>Identifier les principes de base de réalisation d'une vitrine</b></p>	<p>+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Techniques d'étalagisme adaptées à l'officine :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Composition : décors, volumes, couleurs, éclairage</li> <li>- Informations commerciales et légales</li> </ul> </li> </ul>	

**DURÉE : 10H30**

## UC3

## CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

MODULE → **PHYSIOLOGIE CUTANÉE ET TYPES DE PEAUX**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Décrire l'anatomie et la physiologie de la peau</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ L'anatomie et l'histologie de la peau :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'épiderme, la jonction dermo épidermique, le derme, l'hypoderme</li> <li>- La structure et le rôle des trois couches de la peau</li> </ul> </li> <li>✚ Les annexes de la peau :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition, description, différenciation et fonctions des glandes sudoripares et sébacées</li> <li>- Définition des phanères</li> <li>- Définition et description du follicule pilosébacé</li> <li>- La structure du poil, du cheveu et de l'ongle</li> <li>- La composition de la sueur, du sébum, du cheveu et de l'ongle</li> </ul> </li> <li>✚ La vascularisation et l'innervation de la peau et des annexes :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'organisation des réseaux sanguin et nerveux de la peau, des glandes et des ongles</li> </ul> </li> <li>✚ La flore cutanée</li> <li>✚ La physiologie de la peau et des annexes :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La description et le rôle du processus de kératinisation et de mélanogénèse</li> <li>- Le cycle de pousse du cheveu</li> <li>- La croissance unguéale</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>7h</b></p>
<p><b>Décrire les caractéristiques des différents types et états de peaux</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les principales composantes (histologiques, vasculaires, pigmentaires, sécrétoires) d'une peau</li> <li>✚ Les modifications biologiques et les facteurs responsables d'un type de peau</li> <li>✚ Les facteurs responsables d'une peau sensible</li> <li>✚ Les cicatrices et les vergetures</li> <li>✚ La cellulite</li> <li>✚ Les modifications biologiques et les facteurs responsables du vieillissement cutané</li> <li>✚ Les effets biologiques du soleil sur la peau et les réactions pathologiques du rayonnement excessif</li> <li>✚ La photosensibilisation et les principales substances photosensibilisantes</li> <li>✚ Les spécificités de la peau du nourrisson, de la femme enceinte, des hommes et des peaux ethniques</li> </ul>	<p><b>14h</b></p>

DURÉE : 21H

**MODULE → PATHOLOGIES DE LA PEAU**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Décrire les différents types de lésions élémentaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Définition de la lésion élémentaire</li> <li>+ Les différents types de lésions élémentaires (macules, papules, pustules)</li> <li>+ Les signes cutanés caractéristiques</li> <li>+ Les dermatoses liées aux lésions élémentaires</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Décrire les principales pathologies et allergies cutanées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les principales pathologies de nature fonctionnelle :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Signes caractéristiques, étiologie, facteurs aggravants, complications éventuelles</li> <li>- Anomalies de la kératogénèse : psoriasis</li> <li>- Les anomalies vasculaires : érythèmes, rosacée, couperose, flush</li> <li>- L'acné</li> <li>- Les dyschromies</li> </ul> </li> <li>+ Les principales pathologies de nature infectieuse :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Signes caractéristiques, étiologie, facteurs aggravants, complications éventuelles, orientation éventuelle vers un professionnel de santé</li> <li>- Les infections cutanées bactériennes : furoncles, impétigo, folliculites...</li> <li>- Les mycoses cutanées : intertrigo, perlèche, pityriasis versicolor</li> <li>- Les infections parasitaires : pédiculoses, gale</li> <li>- Les infections virales de la peau : verrues, herpès, varicelle, zona, rougeole, rubéole</li> </ul> </li> <li>+ Les principales allergies cutanées :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Signes caractéristiques, étiologie, facteurs aggravants, complications éventuelles des différentes allergies cutanées</li> <li>- L'eczéma (dont eczéma de contact), l'urticaire</li> <li>- La dermatite atopique</li> </ul> </li> <li>+ La photosensibilisation, la photo toxicité, la photo allergie : pathologies et thérapeutiques</li> </ul>	<b>28h</b>
<b>Reconnaître les signes d'alerte d'une pathologie cutanée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Introduction aux tumeurs cutanées : signes d'alerte et orientation vers un médecin</li> <li>+ Les limites du conseil en dermo cosmétique</li> </ul>	

**DURÉE : 35h**

## MODULE → GALÉNIQUE ET ACTIFS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Décrire les formes galéniques utilisées en dermo cosmétique</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les mélanges homogènes : solutions, solutions micellaires et gels               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition</li> <li>- Les différents types</li> <li>- Les conditions de conservation</li> </ul> </li> <li>✚ Les mélanges hétérogènes : dispersions, suspensions, émulsions, aérosols, mousses, poudres               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition</li> <li>- Les différents types</li> <li>- Les conditions de conservation</li> </ul> </li> </ul>	<b>3h30</b>
<p><b>Sélectionner la formule adaptée aux besoins</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les actifs spécifiques :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les différents actifs spécifiques : hydratants, anti-âge, régulateurs de la séborrhée, apaisants, émollients, solaires, amincissants, raffermissants, tenseurs</li> <li>- Leur rôle</li> </ul> </li> <li>✚ Les matières premières de base : définition et utilisation dans les formules :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les composants hydrophiles : eau, alcools, polymères gélifiants</li> <li>- Les composants lipophiles : hydrocarbures, silicones, alcools gras et acides gras, cires, triglycérides, lanoline et dérivés</li> <li>- Les tensioactifs</li> <li>- Les surfaces pulvérulentes</li> <li>- Les véhicules des principes actifs</li> </ul> </li> <li>✚ Les excipients :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les excipients minéraux, synthétiques et naturels</li> <li>- Les avantages et inconvénients des différents excipients</li> </ul> </li> <li>✚ Les additifs :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les conservateurs, les colorants, les agents nacrants, les substances parfumantes</li> <li>- Le mode d'action des additifs</li> <li>- Les avantages et inconvénients des différents additifs</li> </ul> </li> <li>✚ Les composants de la formule INCI</li> <li>✚ Les spécificités liées à la gamme biologique</li> <li>✚ La réglementation spécifique aux produits biologiques</li> </ul>	<b>10h30</b>

**DURÉE : 14H**

**MODULE → CONSEILS ASSOCIÉS AUX PRODUITS D'HYGIÈNE**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Expliquer la fonction des différentes catégories de produits d'hygiène</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les différentes catégories de produits :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- produits démaquillants, nettoyants, gommants</li> <li>- produits pour le bain et la douche</li> <li>- produits d'hygiène intime</li> <li>- déodorants et antiperspirants</li> <li>- shampoings</li> <li>- dépilatoires, cires à épiler</li> <li>- dissolvants</li> <li>- produits de rasage</li> </ul> </li> <li>✚ Les produits spécifiques pour bébé : toilette et bain, change...</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Identifier les propriétés des différents produits d'hygiène</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Le rôle des composants des différentes catégories de produits d'hygiène</li> <li>✚ Les propriétés des différents produits d'hygiène, leurs indications et leur mode d'emploi</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Sélectionner le produit adapté au type de peau, au public spécifique et aux habitudes du client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les formes galéniques et les actifs adaptés aux types et états de peau</li> </ul>	<b>7h</b>

**DURÉE : 21H**

## UC3

## CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

## MODULE → CONSEILS ASSOCIÉS AUX PRODUITS DE SOINS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Expliquer la fonction des différentes catégories de produits de soins</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les produits de soins :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits de soins cutanés</li> <li>- Les produits de soins des phanères</li> <li>- Les produits de soins capillaires</li> <li>- Les compléments alimentaires : hydratant, antioxydant, cheveux, phanères...</li> </ul> </li> <li>✚ Les produits solaires :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les différentes catégories de produits : photo protecteurs, produits après soleil</li> <li>- Les compléments alimentaires</li> </ul> </li> <li>✚ Les produits spécifiques pour bébé :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soins de la peau, soins des affections cutanées...</li> </ul> </li> <li>✚ Les produits spécifiques pour femme enceinte :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soins du buste, soins des jambes, soins du corps, soins anti-vergetures</li> </ul> </li> </ul>	<b>7h</b>
<p><b>Identifier les propriétés des différents produits de soins</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les propriétés des différents produits, leurs indications et leur mode d'emploi</li> <li>✚ Le rôle des composants des différentes catégories de produits de soins</li> </ul>	<b>7h</b>
<p><b>Sélectionner le produit adapté au type de peau, au public spécifique et aux habitudes du client</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Les formes galéniques et les actifs adaptés aux types et états de peau</li> <li>✚ La protection solaire en fonction du phototype et des conditions d'exposition</li> </ul>	<b>7h</b>

**DURÉE : 21H**

## MODULE → CONSEILS ASSOCIÉS AUX PRODUITS DE BEAUTÉ

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Expliquer la fonction des différentes catégories de produits de beauté</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les produits de maquillage :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits de maquillage cutané : fonds de teint, bases correctrices, poudres, correcteurs anticernes, crayons, eyeliners, fards à paupières, fards à joues, rouges à lèvres</li> <li>- Les produits de maquillage des phanères : mascaras, vernis à ongle, teintures</li> </ul> </li> <li>+ Les produits solaires de beauté :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autobronzants</li> <li>- Activeurs de bronzage</li> </ul> </li> <li>+ Les produits spécifiques anti-âge :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compléments alimentaires anti-âge</li> <li>- Les antirides</li> </ul> </li> <li>+ Les produits minceur :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les soins locaux et les compléments alimentaires</li> </ul> </li> </ul>	<b>3h30</b>
<p><b>Identifier les propriétés des différents produits de beauté</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les propriétés des différents produits, leurs indications et leur mode d'emploi</li> <li>+ Le rôle des composants des différentes catégories de produits de beauté</li> </ul>	<b>3h30</b>
<p><b>Sélectionner le produit adapté au type de peau, au public spécifique et aux habitudes du client</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les formes galéniques et les actifs à utiliser par type de peau</li> </ul>	<b>7h</b>

**DURÉE : 14H**

## UC3

## CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

## MODULE → ANALYSE DE LA NATURE DE PEAU ET CONSEILS ASSOCIÉS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Appliquer une méthode d'analyse de nature de peau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Examen visuel et identification du type de peau</li> <li>+ Indicateurs et outils de mesure de l'état cutané (test de desquamation, mesure de pH, d'hydratation, d'excrétion sébacée...)</li> <li>+ Questionnement du client : ressenti et habitudes du client, produits utilisés, conditions de vie, prise de médicaments...</li> </ul>	<b>3h30</b>
<b>Définir et expliquer un protocole d'hygiène, de soins et de beauté adapté à l'observation de la peau et aux habitudes du client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les besoins des différents types de peau</li> <li>+ Les différentes étapes de l'entretien de la peau</li> <li>+ Le protocole d'hygiène, de soins et de beauté : définition, caractéristiques et méthode d'élaboration, prise en compte des habitudes de soins, des produits préalablement utilisés et du degré d'investissement du client</li> <li>+ Élaboration de fiches conseil par client</li> </ul>	<b>10h30</b>
<b>Définir et expliquer un protocole d'hygiène, de soins et de beauté adapté à une prescription médicale ou à une lésion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Types de produits associés, adaptés à la pathologie</li> <li>+ Le protocole d'hygiène, de soins et de beauté : caractéristiques et méthode d'élaboration, prévention, prise en compte des habitudes de soins, des produits préalablement utilisés</li> </ul>	<b>7h</b>

**DURÉE : 21H**

## MODULE → COMMUNICATION APPLIQUÉE AU CONSEIL

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Appliquer les fondamentaux de la communication interpersonnelle</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ L'écoute active</li> <li>+ La reformulation</li> <li>+ Le schéma de communication</li> <li>+ Les formes de communication</li> <li>+ Les techniques de communication et leurs intérêts respectifs</li> <li>+ Les freins à la communication</li> <li>+ Les différents critères à prendre en compte (âge, sexe, style de vie...)</li> <li>+ Les différents types de questionnement (questions ouvertes, fermées, alternatives)</li> </ul>	<p><b>14h</b></p>
<p><b>Appliquer en situation les fondamentaux du conseil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Jeux de rôles</li> </ul>	

**DURÉE : 14H**

## UC4

## VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS

## MODULE → TECHNIQUES DE VENTE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Identifier les profils, besoins et attentes des clients</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ La typologie de la clientèle : familiale, de passage, etc.</li> <li>+ Les différents types d'achat : impulsif, réfléchi, routinier</li> <li>+ La pyramide de Maslow</li> <li>+ Notions de besoin, motivation, frein à l'achat</li> <li>+ Construction d'une grille de questionnement pour identifier le type de client et ses besoins</li> </ul>	<b>7h</b>
<b>Appliquer les différentes étapes de la vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ L'accueil</li> <li>+ La recherche des besoins</li> <li>+ La reformulation</li> <li>+ La présentation et la démonstration du produit</li> <li>+ L'argumentation</li> <li>+ La réponse aux objections</li> <li>+ La vente additionnelle</li> <li>+ La conclusion de la vente</li> <li>+ La prise de congé</li> </ul>	<b>14h</b>
<b>Appliquer en situation les fondamentaux de la communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Jeux de rôles</li> </ul>	<b>14h</b>

**DURÉE : 35H**

## MODULE → RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE VENTE EN PHARMACIE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<p><b>Définir les fondamentaux de la réglementation liée à la vente conseil de produits dermo cosmétiques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Définition légale du produit dermo cosmétique et du complément alimentaire</li> <li>+ La réglementation portant sur le produit, le fabricant et l'importateur</li> <li>+ L'étiquetage des produits cosmétiques : les différentes mentions</li> <li>+ Les supports d'information / la documentation sur les produits dermo cosmétiques : récipients, emballages, notices</li> <li>+ La durée de vie</li> <li>+ La différence entre date de durabilité et la période après ouverture (PAO)</li> <li>+ La surveillance du marché : les organismes chargés de la surveillance de la post-commercialisation et leurs rôles</li> </ul>	<p><b>7h</b></p>
<p><b>Appliquer la réglementation lors de la promotion des produits</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les obligations réglementaires et commerciales :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La réglementation en matière de promotion des produits dermo cosmétiques en officine</li> <li>- La réglementation sur l'affichage des prix</li> <li>- La réglementation AMM (autorisation de mise sur le marché)</li> </ul> </li> </ul>	

**DURÉE : 7H**

# 3

## RÈGLES DE VALIDATION DU CQP

LE CQP S'OBTIENT SOIT PAR LE PASSAGE D'ÉPREUVES À L'ISSUE DE LA FORMATION SOIT PAR LA VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE.

### PASSAGE D'ÉPREUVES À L'ISSUE DE LA FORMATION

#### → ÉPREUVES FINALES

7 **épreuves** sont organisées en fin de parcours de formation.

Elles portent sur les activités (unités de compétences) constitutives du référentiel d'activités et de compétences :

- Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique.
- Animation de l'espace de vente au sein d'une pharmacie d'officine.
- Conseil du client en matière d'hygiène et de soins.
- Vente de produits d'hygiène et de soins.

La **certification** est obtenue lorsque le candidat a validé les UC selon les conditions et modalités définies dans le référentiel d'évaluation. Chaque UC est validée indépendamment des autres. Le candidat obtient le CQP si la totalité des 4 UC a été validée.

En cas de **non validation d'une UC** faute des points nécessaires, la seule possibilité offerte au candidat est de se présenter aux épreuves organisées à la session suivante.

#### → OBTENTION PARTIELLE DU CQP

Le candidat ayant validé partiellement le CQP à l'issue des épreuves finales garde le bénéfice des UC acquises pendant une durée de cinq ans. Pendant cette période, le candidat peut à nouveau suivre les cours correspondant aux UC non validées et participer aux évaluations organisées dans ce cadre.

Le candidat peut se présenter aux épreuves sans avoir suivi les cours de l'UC visée. Il appartient à l'organisme de formation d'inscrire le candidat aux épreuves correspondantes.

#### → REMISE DES CERTIFICATS

L'organisme de formation remplit les fiches récapitulatives des résultats obtenus au CQP dermo cosmétique pharmaceutique pour chacun des candidats. Il transmet au secrétariat du jury les fiches récapitulatives des candidats ayant postulé au CQP.

Le jury de certification s'assure de la cohérence des résultats et de la validation de la certification. Il peut accorder les félicitations de la branche aux candidats.

Le certificat est signé par le président du jury.

### VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE

Un **dossier de preuves** est rédigé par le candidat.

Un jury examine le dossier de preuves et convoque le candidat à un **entretien téléphonique**. À l'issue de l'entretien, le jury délibère et informe **le jour même** le candidat de sa décision en termes de validation.

**Le jury VAE comprend 3 membres.** La CPNEFP recommande qu'il soit composé de la manière suivante :

- 1 employeur en exercice ou retraité depuis moins de 2 ans,
- 1 salarié titulaire de la certification exerçant l'activité ou retraité depuis moins de 2 ans,
- 1 "tiers habilité" (spécialiste de l'analyse du travail et de l'ingénierie des compétences) validé par la présidence paritaire de la CPNEFP.

En cas de **validation partielle**, le jury prescrit au candidat soit un parcours d'expérience complémentaire, soit un parcours de formation complémentaire. Le candidat, validé partiellement, bénéficie d'un délai maximum de **5 ans pour obtenir les validations complémentaires**.

Dans le cadre d'un parcours de formation complémentaire, l'organisme de formation inscrit les candidats, met en œuvre la formation et organise les évaluations complémentaires.

#### → REMISE DES CERTIFICATS

Au vu du procès verbal du jury de VAE, le certificat, signé par le président de la CPNEFP, est délivré au candidat validant la totalité du CQP.

### CAS PARTICULIERS

Toute demande particulière relative aux conditions d'obtention de la certification doit être portée devant la CPNEFP Pharmacie d'officine, seule compétente pour statuer sur les cas particuliers.

## → CORRESPONDANCE ENTRE LE NOUVEAU ET L'ANCIEN RÉFÉRENTIEL DU CQP DERMO COSMÉTIQUE PHARMACEUTIQUE

## • NOUVEAU DISPOSITIF 2015 •

## • DISPOSITIF 2010 •

UNITÉS DE COMPÉTENCES (UC)	MODULES	COMPÉTENCES ÉVALUÉES	UNITÉS DE COMPÉTENCES (UC)	MODULES
<b>UC1</b> Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Moyens de la définition de la politique commerciale</li> <li>+ Achats</li> <li>+ Suivi des ventes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Constituer une offre commerciale</li> <li>→ Évaluer les résultats d'une politique commerciale</li> <li>→ Assurer le suivi des ventes</li> <li>→ Négocier avec les représentants des laboratoires</li> </ul>	<b>UNITÉ 5</b> Définir et mettre en œuvre une politique commerciale pour le rayon hygiène et soins en officine et gérer les achats et les stocks	<b>M6</b> Politique commerciale de l'officine
<b>UC2</b> Animation de l'espace de vente dermo cosmétique au sein d'une pharmacie d'officine	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Conception et organisation d'un rayon dermo cosmétique</li> <li>+ Animation du point de vente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Animer l'espace dermo cosmétique au sein de la pharmacie</li> <li>→ Organiser un rayon dermo cosmétique</li> <li>→ Concevoir une action de promotion de produits dermo cosmétiques</li> <li>→ Concevoir une vitrine</li> <li>→ Présenter et animer les offres commerciales auprès de l'équipe</li> </ul>	<b>UNITÉ 6</b> Organiser l'espace de vente d'un rayon cosmétique, hygiène et soins	<b>M7</b> Merchandising
<b>UC3</b> Conseil du client en matière d'hygiène et de soins	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Physiologie cutanée et types de peaux</li> <li>+ Pathologies de la peau</li> <li>+ Galénique et actifs</li> <li>+ Conseils associés aux produits d'hygiène</li> <li>+ Conseils associés aux produits de soins</li> <li>+ Conseils associés aux produits de beauté</li> <li>+ Analyse de nature de peau et conseils associés</li> <li>+ Communication appliquée au conseil*</li> </ul> <p><small>* Ce module est associé à l'activité UC3 mais son contenu correspond pour partie à celui du M5 du référentiel de formation 2010.</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Déterminer et expliquer les soins appropriés au besoin à partir de leurs actifs et de leurs formes galéniques</li> <li>→ Observer et analyser les caractéristiques d'une peau</li> <li>→ Construire une fiche conseil</li> <li>→ Mener un entretien de conseil</li> <li>→ Identifier les lésions d'une peau</li> <li>→ Identifier les urgences</li> <li>→ Dispenser les conseils en termes de prévention, associés à une ordonnance</li> </ul>	<b>UNITÉ 1</b> Analyser les propriétés des produits dermo cosmétiques  <b>UNITÉ 2</b> Apporter un conseil approprié sur les produits d'hygiène et de soins  <b>UNITÉ 3</b> Apporter un conseil approprié en matière de prévention et de soins dans le domaine dermo cosmétique	<b>M1</b> Galéniques et actifs  <b>M2</b> Physiologie cutanée et types de peaux <b>M3</b> Produits et conseils  <b>M4</b> Pathologies de la peau
<b>UC4</b> Vente de produits d'hygiène et de soins	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Techniques de vente</li> <li>+ Réglementation en matière de vente en pharmacie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Identifier les besoins et attentes du client</li> <li>→ Construire un argumentaire</li> <li>→ Mener un entretien de vente</li> <li>→ Informer sur les mesures d'hygiène de vie et de prévention associées au produit</li> <li>→ Pérenniser la relation client</li> <li>→ Promouvoir un produit</li> </ul>	<b>UNITÉ 4</b> Communiquer avec le client, proposer des solutions de soins ou de prévention et vendre des produits adaptés à ces besoins en prenant en compte la réglementation	<b>M5</b> Techniques de vente

# 4

# RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION ET D'ÉVALUATION

LE CQP COMPORTE DES ÉVALUATIONS ASSURÉES PAR LES ORGANISMES DE FORMATION ET PAR LA COMMISSION PROFESSIONNELLE D'ÉVALUATION.

Unités de compétences	Modules	Évaluation en charge des OF	Évaluation en charge de la commission	Notation OF	Notation commission	Validation
<b>UC1</b> Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique	+ Moyens de la définition de la politique commerciale	Dossier professionnel	Fiche de synthèse présentée à l'oral	Sur 20	Sur 10	Validé à hauteur de 25/50
	+ Achats	Écrit 75 minutes	-	Sur 10	-	
	+ Suivi des ventes	Écrit 45 minutes	-	Sur 10	-	
<b>UC2</b> Animation de l'espace de vente dermo cosmétique au sein d'une pharmacie d'officine	+ Conception et organisation d'un rayon dermo cosmétique	Dossier professionnel	Fiche de synthèse présentée à l'oral	Sur 30	Sur 10	Validé à hauteur de 20/40
	+ Animation du point de vente					
<b>UC3</b> Conseil du client en matière d'hygiène et de soins	+ Physiologie cutanée et types de peaux	Écrit 60 minutes Oral 30 minutes	Cas de comptoir présentés à l'oral	Écrit sur 20 Oral sur 10	Sur 70	Validé à hauteur de 65/100
	+ Pathologies de la peau					
	+ Galénique et actifs					
	+ Conseils associés aux produits d'hygiène					
	+ Conseils associés aux produits de soins					
	+ Conseils associés aux produits de beauté					
	+ Analyse de la nature de peau et conseils associés					
	+ Communication appliquée au conseil					
<b>UC4</b> Vente de produits d'hygiène et de soins	+ Techniques de vente	Écrit 60 minutes Oral 20 minutes	-	Écrit sur 20 Oral sur 40	-	Validé à hauteur de 30/60
	+ Réglementation en matière de vente en pharmacie					

**Total Sur 160 Sur 90**

**LA COMMISSION PROFESSIONNELLE D'ÉVALUATION SE COMPOSE DE :**

- 2 professionnels de l'officine (pharmacien ou préparateur) en exercice ayant au moins 3 ans d'expérience,
- 1 formateur dans un domaine de formation lié au conseil et à la vente de produits dermo cosmétiques en pharmacie d'officine et n'appartenant pas à l'organisme de formation présentant les candidats.

Un candidat ne se présentant pas devant la commission professionnelle d'évaluation se verra attribué la note zéro, laquelle est éliminatoire pour l'ensemble des UC.

Il appartient à l'organisme de formation d'organiser les commissions professionnelles d'évaluation (convocations, information des membres des commissions, transmission du dossier du candidat) et d'y convoquer les candidats.

## UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

## UC2 ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Constituer une offre commerciale
- Animer l'espace dermo cosmétique au sein de la pharmacie
- Organiser un rayon dermo cosmétique
- Concevoir une action de promotion de produits dermo cosmétiques
- Concevoir une vitrine
- Présenter et animer les offres commerciales auprès de l'équipe

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Rédaction d'un dossier professionnel à partir des missions confiées par l'employeur dans le cadre de l'exercice de l'activité ou, à défaut, de données fournies par l'organisme de formation.

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + Le choix de la gamme objet de l'action commerciale est déterminé à partir de la description de l'environnement, du public cible et du panier moyen hors ordonnance, des tendances du marché et de la concurrence.
- + Les résultats de l'action sont formalisés.
- + Les propositions d'implantation des gammes tiennent compte des principes fondamentaux du merchandising : sens de circulation dans l'officine ; zones chaude et froide.
- + Les propositions d'organisation de l'espace dermo cosmétique tiennent compte des principes suivants : saisonnalité, rotation des produits, prescriptions éventuelles du laboratoire, réglementation.
- + L'action de promotion tient compte des techniques de merchandising. La réglementation sur l'affichage des prix et sur les délais de la promotion est appliquée. Les messages promotionnels sont lisibles et cohérents par rapport aux résultats visés.
- + La vitrine correspond au cahier des charges :
  - Réglementation
  - Relation avec le stock
  - Cohérence avec les animations
- + Description argumentée de la méthode de transmission auprès de l'équipe officinale.
- + Élaboration d'un argumentaire de vente présentant notamment les avantages d'une gamme, les offres promotionnelles.

## → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

**Rédaction d'un dossier** à remettre au plus tard deux semaines avant la fin de la formation. Il traite **deux objets** :

1. L'organisation de l'espace de vente du rayon dermo cosmétique de l'officine. Le candidat présente l'organisation de l'officine, l'ensemble des gammes proposées ainsi que des propositions argumentées d'actions d'amélioration.
2. Une action de promotion, menée de préférence au sein de l'officine du candidat ou, à défaut, construite à partir d'éléments fournis par l'organisme de formation. Le candidat présente les résultats attendus de l'action, la vitrine réalisée ainsi que l'argumentaire de vente du produit en promotion.

Le dossier écrit est évalué par l'organisme au sein duquel le candidat suit sa formation (selon barème décrit ci-après).

Le dossier, obligatoirement relié, comprend au minimum 15 pages et au maximum 30 pages, hors annexes. Il est élaboré à l'aide d'un logiciel de traitement de texte (taille de caractères Arial 12 pour le corps du texte). Il est composé d'un sommaire et des photos de l'officine et de la vitrine.

Le candidat est évalué de manière complémentaire à l'oral par la commission professionnelle d'évaluation à partir d'une **fiche synthétique de présentation du dossier** que le candidat aura rédigée. Elle sera remise le jour même à la commission. La fiche présente les éléments suivants :

### 1. Propositions d'amélioration de l'espace de vente

- Quelles actions ?
- Pourquoi ces changements ?
- Comment ?
- Quels sont les résultats attendus de ces changements ?

### 2. L'action de promotion

- Qui : quelle marque ?
- Quoi : quel produit ?
- À qui : quel public cible ?
- Comment : quelles actions, quels moyens ?
- Avec quels effets : les résultats ?
- Une courte conclusion serait l'occasion donnée au candidat d'évoquer les points positifs de son action et les leçons qu'il tire de l'expérience.

Le passage devant la commission dure 10 minutes.

## NOTES

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## → BARÈME DE NOTATION DU DOSSIER À DESTINATION DES ORGANISMES DE FORMATION

QUESTIONS		NOTATION
<b>Les caractéristiques de l'officine</b>	Description de l'environnement	2 1 0
	Description de la typologie de la clientèle, notamment le panier moyen hors ordonnance	2 1 0
	Description de la concurrence (points forts et points faibles)	2 1 0
	Description de la zone de chalandise (population, pôles d'attractivité)	2 1 0
	Identification des zones chaude, tiède et froide et du sens de circulation dans l'officine	3 1 0
	Justification du choix de la gamme, qualité de l'argumentation, liens avec l'étude et le descriptif	3 1 0
<b>Propositions d'amélioration de l'officine</b>	Une ou plusieurs propositions d'amélioration de l'implantation des gammes au sein de l'officine sont faites et sont pertinentes OU le candidat démontre que l'implantation actuelle est optimale	4 2 0
	Conformité de l'organisation de l'espace dermo cosmétique avec la réglementation	2 0 0
		<b>sur 20</b>
<b>Connaissance des techniques de merchandising</b>	Le candidat démontre sa connaissance du principe de rotation	1 - 0
	Le candidat démontre sa connaissance du principe de notoriété	1 - 0
	Le candidat démontre sa connaissance du principe de saisonnalité	1 - 0
	Le candidat présente la fonction du produit, objet de la promotion	2 1 0
<b>Action de promotion</b> <i>Conception et description des actions sur au moins trois supports (dont les deux obligatoires)</i>	Le candidat justifie le choix de l'action promotionnelle mise en œuvre	4 2 0
	Le candidat justifie le type de promotion choisie	4 2 0
	La vitrine (obligatoire) conçue par le candidat est adaptée à la promotion	2 1 0
	Les actions conçues pour la tête de gondole sont adaptées à la promotion	2 1 0
	Les actions conçues pour le comptoir et/ou le rayon sont adaptées à la promotion	2 1 0
	Les actions sont conformes à la réglementation	2 0 0
	La signalétique est cohérente avec les actions mises en place sur les supports	1 0 0
<b>Argumentaire vente</b>	Les arguments techniques présentés sont pertinents	2 1 0
	Les conseils d'utilisation des produits présentés sont pertinents	2 1 0
	La nature et la durée de la promotion présentées sont pertinentes	2 1 0
<b>Appréciation sur la présentation du dossier</b>		2 1 0
		<b>sur 30</b>
<b>TOTAL</b>		<b>sur 50</b>

## → BARÈME DE NOTATION DE LA FICHE DE SYNTHÈSE À DESTINATION DE LA COMMISSION PROFESSIONNELLE D'ÉVALUATION

Le dossier est présenté comme base d'échange. Il est apprécié globalement et trouve sa notation dans le barème. Le dossier est adressé deux semaines avant la date de la Commission professionnelle d'évaluation aux membres de cette Commission.

### UC1 Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique

CRITÈRES DE NOTATION	NOTATION		
Les caractéristiques de la marque, objet de la promotion, sont présentées	2	1	0
Les raisons justifiant l'action de promotion sont décrites	2	1	0
Le public cible est déterminé et pertinent	-	1	0
Les moyens mobilisés décrits sont pertinents	2	1	0
Les résultats obtenus sont présentés	-	1	0
Les enseignements tirés de l'expérience par le candidat sont présentés (points forts et points faibles)	2	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>sur 10</b>		

### UC2 Animation de l'espace de vente au sein d'une pharmacie d'officine

CRITÈRES DE NOTATION	NOTATION		
Le contexte de l'officine est clairement présenté	2	1	0
Les actions présentées sont clairement décrites	2	1	0
La raison des changements proposés est présentée	2	1	0
Les changements proposés sont pertinents	2	1	0
Les résultats attendus (qualitatifs et quantitatifs) sont cohérents	2	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>sur 10</b>		

## UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Évaluer les résultats d'une politique commerciale
- Assurer le suivi des ventes

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Étude de cas dont l'objet est le suivi des performances du rayon dermo cosmétique

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + La rentabilité du rayon est démontrée par :
  - la vitesse de rotation du stock
  - le suivi des ventes
  - la marge dégagée
- + Des propositions d'amélioration de la rentabilité sont énoncées à partir des indicateurs de suivi des ventes

## → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

Épreuve écrite d'une durée de 45 minutes. La calculatrice est autorisée.

À partir des données chiffrées se rapportant à 3 gammes de produits dermo cosmétiques, le candidat calcule les indicateurs de rentabilité de chacune des gammes (arrondir à un chiffre après la virgule) et propose des améliorations possibles en termes de rentabilité.

## → BARÈME DE NOTATION

Sur 10 points

- **Calcul de la rentabilité du rayon (4 points)**
  - taux de rotation du stock (1point)
  - mètres linéaires exposés (1point)
  - productivité par mètre linéaire (1point)
  - rentabilité par mètre linéaire (1point)
- **Analyse des indicateurs de suivi des ventes des 3 gammes (3 points soit 1point par gamme)**
- **Axes d'amélioration de rentabilité pour l'ensemble des 3 gammes (3 points)**

### EXEMPLE D'ÉPREUVE

#### CONTEXTE PROFESSIONNEL

Vous êtes responsable de la dermo cosmétique de la Pharmacie du Soleil. Elle a fait le choix de développer des gammes positionnées COSMETO CHIC.

Vous devez réaliser une analyse de rentabilité des gammes COSMETO CHIC que vous avez en référence (LIERAC, NUXE, GALENIC) sur la période du 01/04/2013 au 31/03/2014.

La gamme NUXE a été implantée au mois d'avril 2012. Les gammes LIERAC et GALENIC sont implantées depuis plusieurs années.

Vous disposez pour chaque gamme du tableau des indicateurs de suivi des ventes.

Vous avez à votre disposition ci-dessous les mètres linéaires accordés dans l'espace de vente pour chacune des gammes :

- LIERAC : 8 étagères à 0,70 m
- NUXE : 6 étagères à 0,70 m
- GALENIC : 10 étagères à 0,70 m

#### → QUESTION 1

Calculez les indicateurs de suivi des ventes à partir du tableau ci-après :

- Taux de rotation
- Mètres linéaires exposés
- Productivité au mètre linéaire
- Rentabilité au mètre linéaire

*Rappel : TR (taux de rotation) = chiffre d'affaires base PA HT / stock moyen*

#### → QUESTION 2

Analysez les indicateurs de suivi des ventes des 3 gammes et proposez les actions à mener pour améliorer la rentabilité du rayon.

## RENTABILITÉ DU RAYON

GAMME	LIERAC	NUXE	GALENIC
Chiffre d'affaires H.T.	11 010 €	10 085 €	6 970 €
Nombre de références	129	104	132
Chiffre d'affaires H.T. / nombre références	85,35 €	96,97 €	52,80 €
Progression annuelle du chiffre d'affaires H.T.	6,5 %	54,20 %	-8,8 %
Marge brute H.T.	2 210,81 €	2 512,17 €	2 173,25 €
Marge brute en pourcentage	20,08 %	24,91 %	31,18 %
Stock moyen	6 531,5 €	3 397,5 €	6 933,5 €
<b>Taux de rotation</b>	?	?	?
<b>Mètres linéaires exposés</b>	?	?	?
<b>Productivité au mètre linéaire</b>	?	?	?
<b>Rentabilité au mètre linéaire</b>	?	?	?
	?	?	?
<b>Analyse des indicateurs de suivi des ventes</b>			
	?		
<b>Axes d'amélioration de la rentabilité</b>			

## CORRECTION DU CAS RENTABILITÉ DU RAYON

GAMME	LIERAC	NUXE	GALENIC
Chiffre d'affaires H.T.	11 010 €	10 085 €	6 970 €
Nombre de références	129	104	132
Chiffre d'affaires H.T. / nombre références	85,35 €	96,97 €	52,80 €
Progression annuelle du chiffre d'affaires H.T.	6,5 %	54,20 %	-8,8 %
Marge brute H.T.	2 210,81 €	2 512,17 €	2 173,25 €
Marge brute en pourcentage	20,08 %	24,91 %	31,18 %
Stock moyen	6 531,5 €	3 397,5 €	6 933,5 €
<b>Taux de rotation (1 point)</b>	1,3	2,2	0,7
<b>Mètres linéaires exposés (1 point)</b>	5,6	4,2	7
<b>Productivité au mètre linéaire (1 point)</b>	1 966,07	2 401,19	995,71
<b>Rentabilité au mètre linéaire (1 point)</b>	394,79	598,14	310,46

**Analyse des indicateurs de suivi des ventes  
(1 point par gamme)**

Gamme en progression avec un bon chiffre d'affaires qui nécessite de nombreuses références. Cependant, une MB faible avec MB/ML faible (nombre de références et MB basse). Par ailleurs, le coefficient de rotation est trop faible du fait d'un stock trop élevé à maîtriser puisque les ventes sont correctes.

Gamme récente en forte progression ayant une bonne MB dont la rotation de stock est correcte avec une bonne maîtrise des stocks et ventes. Ne pas tenir compte de la progression qui est un indicateur faussé. Les indicateurs MB/ML et productivité sont bons.

Chiffre d'affaires en baisse avec un grand nombre de références. La MB en pourcentage est élevée mais la MB/ML est faible, en cause le nombre de référence et l'espace ML. Le coefficient de rotation est très faible inférieur à 1. Il y a surstockage avec des ventes insuffisantes.

**Axes d'amélioration de la rentabilité  
(3 points)**

La gamme **NUXE** a une rentabilité 2 fois supérieure à **GALENIC**. **GALENIC** nécessite une étude approfondie produit par produit afin de supprimer des références et diminuer l'exposition en mètre linéaire, ce qui aura pour effet de gagner en rentabilité. Par ailleurs, négocier avec le laboratoire une politique commerciale avec animation, promotion afin de relancer les produits leaders. Faire des opérations de déstockage en cas de surstock ou négocier avec le laboratoire la reprise des invendus. Compte tenu de la marge en pourcentage trop élevée, revoir éventuellement le positionnement prix à la baisse en prenant compte de la concurrence. **LIERAC** : une étude des stocks reste nécessaire afin de supprimer éventuellement des références et faire du déstockage afin d'améliorer le taux de rotation. Si la productivité ML s'approche de **NUXE**, le taux MB/ML est plus proche de **GALENIC**. Cela est dû à une MB pourcentage trop faible. Il faut revoir les prix à la hausse (étude de la concurrence) ou éventuellement surveiller les promotions (fréquence, marge). Ne pas diminuer les ML car la gamme reste en progression. Nuxe nécessite une augmentation d'espace dans les linéaires avec pour objectif une augmentation du chiffre d'affaires et de la rentabilité.

## UC1 MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Négocier avec les représentants des laboratoires

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Étude de cas

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + Les conditions commerciales d'achat sont toutes prises en compte et évaluées : volumes, remise, UG (unité gratuite), doses d'essai, PLV (publicité sur le lieu de vente), formation et animation

### → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

Épreuve écrite d'une durée d'1 heure et 15 minutes. La calculatrice est autorisée.

À partir de conditions commerciales proposées par un laboratoire pour un produit donné, le candidat décrit le processus de négociation avec le laboratoire pour répondre aux objectifs de l'officine.

La calculatrice est autorisée.

### → BARÈME DE NOTATION

Sur 10 points

- Calcul du prix d'achat net avant négociation prenant en compte les remises en pourcentage et en UG (4 points)
- Calcul du prix d'achat attendu (2 points)
- Détermination des conditions commerciales attendues et calcul (3 points)
- Négociation des aides à la vente (doses d'essai, PLV, formation et animation) (1 point)

NOTES

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## EXEMPLE D'ÉPREUVE

### CONTEXTE PROFESSIONNEL

Vous êtes le responsable dermo cosmétique de la PHARMACIE CENTRALE.

Cette pharmacie dynamique, située au centre ville, est la référence parmi les 4 pharmacies qui l'entourent. Elle possède une offre produits large et en profondeur pour de nombreuses gammes.

Cette ville est industrielle et sa population est en majorité ouvrière avec un faible pouvoir d'achat. La clientèle est très représentative de la population.

La politique de prix de l'officine est basée sur la pratique de bas prix sur les produits de forte rotation.

Vous devez passer le marché hiver 2014 des crèmes mains. Vous faites le choix d'axer principalement vos achats sur une marque leader avec le laboratoire NEUTRALAB.

Vos stocks de crème mains sont considérés comme nuls.

Vous consultez les quantités vendues en 2013 sur ce segment de marché : 255 unités ont été vendues en 2013.

Le contexte économique actuel étant morose, les objectifs des ventes 2014 restent sensiblement les mêmes que ceux atteints en 2013.

### Le délégué commercial de NEUTRALAB vous propose les conditions suivantes :

Crème mains parfumée :

PA H.T. tarif : 4,30 € ; taux de TVA 20 %

Conditions commerciales :

- 10 douzaines achetées = 20 % de remise
- 15 douzaines achetées = 22 % de remise
- 20 douzaines achetées = 24 % de remise
- 25 douzaines achetées = 26 % de remise

Par ailleurs, vous avez passé le marché stick lèvres auprès de NEUTRALAB, vous bénéficiez ainsi de 10 % supplémentaires d'unités gratuites en crèmes mains sur les quantités commandées (en crèmes mains).

- Pour 20 douzaines achetées, vous recevez la PLV :  
1 présentoir de comptoir, panneaux vitrine, 48 échantillons et 1 testeur.
- Pour 25 douzaines achetées, vous recevez la PLV :  
2 présentoirs de comptoir, un plot central avec LEDS lumineux, panneaux vitrine, 60 échantillons et 2 testeurs.

### → QUESTION 1

#### Calcul du PA net avant négociation

En tenant compte des ventes 2013, déterminer votre palier de commande et le nombre de douzaines à commander, et calculer votre prix d'achat net HT avant négociation (arrondir au centime d'euros).

### → QUESTION 2

#### Négociation

Votre pharmacien vous impose un taux de marque de 20 % :

Compte tenu de votre concurrence, de la typologie de votre clientèle, votre prix de vente psychologique des crèmes mains est de : 4,20 €<sup>TTC</sup>.

En respectant les objectifs de votre officine, indiquer et justifier la nature des négociations des conditions commerciales et aides à la vente supplémentaires auprès du commercial.

## CORRECTION DU CAS NÉGOCIÉ AVEC LES REPRÉSENTANTS DES LABORATOIRES

### → QUESTION 1

#### Calcul du PA net avant négociation

Les objectifs de ventes 2014 sont identiques à 2013 soit 255 unités.

Si je choisis le palier 20 douzaines soit 240 unités avec 10% UG, je recevrais donc 264 unités.

Ce qui est sensiblement mon objectif de vente 2014.

Soit une remise de 24% et 10% en UG.

PA H.T. tarif = 4,30 €

10% UG =  $10 / 110 \times 100 = 9\%$  de remise supplémentaire

PA H.T. avec remise de 24% =  $4,30 \times (1 - 0,24) = 3,27$

PA H.T. Avec 9% de remise complémentaire =  $3,27 \times (1 - 0,09) = 2,98$

**PA H.T. remisé net = 2,98 €**

(4 points)

### → QUESTION 2

#### Calcul et négociation du prix net prenant en compte les objectifs de l'officine

##### • Calcul du PA H.T. souhaité :

PV T.T.C. : 4,20 €

Taux de Marque : 20%

Taux TVA 20%

PV H.T. = PV T.T.C. / 1,2

Soit PV H.T. =  $4,20 / 1,2 = 3,50$

Pour respecter mes critères mon PA H.T. = PV H.T. x (1 - TM%)

Soit PA H.T. =  $3,50 \times (1 - 0,20) = 2,80$  €

(2 points)

##### • Négociation :

Mon PA HT doit être de 2,80 € alors que le laboratoire me propose 2,98 € soit une différence de 0,18 €.

##### 2 réponses sont acceptées :

1/ Pour 264 unités soit une différence de  $0,18 \times 264 = 47,52$  €

Je dois négocier donc 17 unités gratuites supplémentaires

Il faudra tenir compte de ces 17 unités en plus à vendre soit 281 unités reçues soit un objectif de 10% de progression des ventes par rapport à 2013.

(3 points)

2/  $(0,18 / 2,98) \times 100 = 6\%$

Je dois négocier une remise complémentaire de 6%

##### • Négociation des aides à la vente :

Je négocie avec le laboratoire des aides à la vente supplémentaires en particulier le plot central sur pied lumineux qui pourra dynamiser les ventes et ainsi réaliser l'objectif.

(accepter toutes les réponses pertinentes)

(1 point)

## UC3 CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

COMPÉTENCES ÉVALUÉES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Observer et analyser les caractéristiques d'une peau</li> <li>→ Construire une fiche conseil</li> <li>→ Déterminer et expliquer les soins appropriés au besoin à partir de leurs actifs et de leurs formes galéniques</li> <li>→ Mener un entretien conseil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 3 études de cas (soin du visage, capillaire, solaire, produit corporel) dont l'objet est la présentation de conseils adaptés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Utilise différentes méthodes/ techniques d'analyse et de questionnement</li> <li>+ Reconnaît le type et l'état de peau</li> <li>+ Prend en compte les habitudes du client en matière d'hygiène</li> <li>+ Propose un protocole d'hygiène et de soins adapté aux besoins, aux attentes et aux habitudes du client.</li> <li>+ Explique le rôle du (ou des) actif(s), les propriétés et les avantages des produits en fonction de l'état de la peau</li> </ul>

### → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

Épreuve écrite d'une durée d'1 heure.

À partir de 3 cas comptoir (soin du visage, capillaire, solaire, ou produit corporel), le candidat décrit ce qu'il dit, observe et fait en situation.

### → BARÈME DE NOTATION

Sur 30 points. Chaque cas est noté sur 10. La note finale sera sur 20 points.

La note finale est à proratiser sur 20 points. Elle est portée au point entier supérieur.

Exemple :  $6/10 + 7/10 + 4/10 = 17/30$  soit 11,33/20. Note portée à 12/20.

#### • Questionnement (3 points)

Les questions incontournables<sup>(1)</sup> sont posées et permettent de déterminer les besoins exacts du client. Chaque question incontournable posée obtient 1 point, le tout plafonné à 3 points.

#### • Produits, protocole de soins et conseils associés (4 points)

- Les produits incontournables ainsi que les produits relais et/ou complémentaires sont cités (2 points)
- Le protocole de soins est décrit (1 point)
- Les principaux conseils associés sont donnés (1 point)

#### • Actifs (3 points)

Pour chaque produit cité, le principal actif, au moins, est cité et sa fonction est décrite.

<sup>(1)</sup> Les questions, les produits et le protocole de soins considérés comme incontournables sont en **bleu gras** dans la correction ci-après. Les éléments incontournables seront déterminés par les concepteurs des épreuves.



## CORRECTION DU CAS SOLAIRE

### Questionnement et observations (3 points)

- **Traitement médicamenteux photosensibilisant ? Il faut vérifier que la mère et la fille ne soient pas sous traitement. Si c'est le cas, la cliente doit consulter son médecin.**
- **Phototype des 2 personnes.**
- **Durée du séjour ? Question importante pour déterminer la quantité de flacons à apporter. Les recommandations européennes préconisent 1 flacon de 400 ml pour une semaine pour un adulte de corpulence moyenne.**
- Activités prévues pendant le séjour ? L'eau a une influence sur le choix du produit solaire et la fréquence d'application.

### Produits, protocole de soins et conseils associés (4 points)

#### Produits incontournables

Il faut proposer **deux produits solaires** : un pour la mère, un pour la fille :

#### - 1 produit de protection solaire 50+ de grande contenance pour la mère

Produit conseillé par exemple : spray Avène solaire 50+.

Il n'est pas nécessaire de connaître les habitudes de la cliente car elle part aux Seychelles donc un produit 50+ est obligatoire d'après les recommandations de l'ANSM.

La galénique est au choix du candidat (huile, lait, crème...) pour le produit 50+.

#### - 1 produit solaire 50+ spécifique enfants pour la fillette de 8 ans

Produit conseillé par exemple : spray enfants Avène 50+.

#### Produits complémentaires

Ensuite, il faut proposer un produit après soleil pour apaiser la peau le soir :

- 1 après soleil : il hydrate et apaise les tiraillements liés au soleil, au sable et à l'eau.

Produit conseillé par exemple : Avène réparateur après soleil.

Il serait judicieux de compléter le conseil avec un complément alimentaire pour la mère afin de préparer la peau avant l'exposition :

- 1 complément alimentaire pour la mère qui va préparer la peau au soleil avant l'exposition (action colorante, hydratante et anti radicalaire).

Il est à prendre 3 semaines avant l'exposition, pendant l'exposition et après pour prolonger le bronzage.

Produit conseillé par exemple : Oenobiol solaire 1 capsule par jour.

#### Conseils associés

#### **Appliquer généreusement et partout (oreilles, dessus des pieds, nuque et nez) le produit solaire et renouveler son application toutes les 2 heures et après chaque bain sur une peau sèche même si produit waterproof.**

Éviter toute exposition solaire entre 11 et 16 heures (heures de métropole d'été).

Modérer la durée des expositions : 2 heures maximum et progressives.

Se méfier de la réflexion des rayonnements solaires par sable, nuages qui "refroidissent" l'air mais qui laissent passer la quasi-totalité des UV.

Se réhydrater fréquemment.

Ne pas utiliser de parfums et/ou de produits parfumés avant l'exposition.

Consulter un dermatologue en cas de brûlures, érythèmes répétitifs ou grains de beauté suspects et au moins 1 fois/an

Montrer l'exemple en tant qu'adulte !

### Actifs (3 points)

#### Produits incontournables

- **1 produit solaire 50+ avec comme actifs un mélange de filtres solaires chimiques et minéraux** (protection optimale UVA – UVB) : Tinosorb M, Tinosorb S, Parsol 1789, Uvasorb HEB.

- **1 produit solaire 50+ spécifique enfants pour la fillette de 8 ans avec comme actifs des filtres solaires chimiques et minéraux en association** (protection optimale UVA – UVB). Les actifs sont en nombre réduit et le produit solaire est sans parfum pour minimiser le risque d'allergie : Tinosorb M, Tinosorb S, Parsol 1789, Uvasorb HEB.

#### Produits complémentaires

- 1 après soleil : après soleil Avène.

Actifs : hydratants, relipidants (glycérine, beurre de karité), apaisants (eaux thermales), anti radicalaires (vitamine E).

- 1 complément alimentaire : Oenobiol solaire.

Actifs : action colorante (lycopène), action anti radicalaire (vitamine E et sélénium), action hydratante (huiles végétales hydratantes...).

## CORRECTION DU CAS CAPILLAIRE

### Questionnement et observations (3 points)

- **Fréquence lavage cheveux ? Cette question permet de voir si le client ne se "décape" pas trop le cuir chevelu.**
- **Depuis quand le client a-t-il observé des pellicules ? Si cela fait trop longtemps, il faut consulter un dermatologue.**
- **Produit utilisé habituellement par le client ? Cette question permet de voir si le client ne se "décape" pas trop le cuir chevelu.**
- Traitement éventuel suivi par le client ?
- Le client a-t-il des démangeaisons ?
- Présence de squames secs sur les épaules, on en déduit un état pelliculaire simple.
- Cuir chevelu sec.

### Protocole de traitement (4 points)

#### Produit incontournable

- **1 shampoing anti-pelliculaire est proposé pour éliminer les pellicules présentes, limiter l'apparition de nouvelles pellicules et la prolifération fongique.**

Exemple de produit proposé : Squanorm pellicules sèches Ducray, à utiliser deux fois par semaine (à laisser poser 3 minutes) pendant 6 semaines.

#### Produit complémentaire

- En relais, il faut proposer un shampoing doux (si lavage des cheveux plus de 2 fois par semaine).

Exemple de produit proposé : Elution Ducray

### Actifs (3 points)

#### Produit incontournable

- **Shampoing anti-pelliculaire.**

Exemple : Squanorm pellicules sèches Ducray. Actifs = sélénium (actif antifongique) + ichthyol (actif kératorégulateur et anti inflammatoire).

#### Produit relais

- En relais : shampoing doux. Les actifs sont peu importants, le point important à souligner est que les tensio actifs de la base lavante sont très doux et peu irritants pour le cuir chevelu.

## CORRECTION DU CAS VISAGE

### Questionnement et observations (3 points)

- **Depuis combien de temps est apparue l'acné ?**
- **Quels sont les produits d'hygiène et de soins utilisés habituellement par la cliente ? Question posée pour savoir si la cliente ne se "décape pas trop la peau".**
- **Traitements éventuels en cours ? Question posée pour être sûr que la cliente n'a pas consulté de dermatologue et n'a pas de traitement anti-acnéique en cours.**
- Est-ce lié au cycle menstruel ?
- Présence de comédons (points noirs et points blancs), le type de peau et absence de lésions inflammatoires.
- Présence de brillance sur la zone T (front, nez, menton).

### Protocole d'hygiène et de soins, produits, conseils associés (4 points)

#### Produits incontournables

- **Il faut proposer un produit d'hygiène à utiliser matin et soir pour nettoyer la peau sans l'agresser.** Exemple : Cleanance gel Avène.
- 2 produits de soins sont incontournables dont **celui du soir :**  
**Le soir : 1 soin traitant pour traiter la peau contre les imperfections (comédons = points noirs et blancs).**  
 Exemple : Cleanance K Avène à appliquer sur tout le visage (si picotements, uniquement sur les comédons).  
 Le matin : 1 crème matifiante (pour absorber l'excès de sébum / non comédogène).  
 Exemple : Cleanance matifiante Avène

#### Produits complémentaires

- Gommage / Masque purifiant : nettoyer en profondeur la peau, 1 fois / semaine.  
 Exemple : masque désincrustant Cleanance Avène (produit 2 en 1 : masque et gommage).

- Solaire spécial "acné" : protéger la peau du soleil (le soleil est un "faux-ami" en cas d'acné). Le matin : crème matifiante dès le printemps ainsi qu'à la plage.  
Exemple : Cleanance solaire 30 Avène.
- Soins locaux : appliquer directement sur les lésions en local pour traiter et/ou camoufler.  
Exemple : Cleanance soin localisé Avène.

### Actifs (3 points)

#### Produits incontournables

**Cleanance gel nettoyant Avène** : contient du zinc (séborégulateur et antibactérien), du cucurbita pepo (séborégulateur) et de l'eau thermale d'Avène (anti inflammatoire, apaisante).

**Cleanance K Avène** : contient des AHA, du BHA ( kératolytiques), du zinc (séborégulateur et antibactérien) et du cucurbita pepo (séborégulateur ) ainsi que de l'eau thermale d'Avène.

#### Produits complémentaires

Cleanance matifiante Avène : contient 1 actif matifiant (polymétacrylate), 1 actif sébo régulateur (zinc) et 1 actif hydratant .

## CORRECTION DU CAS CORPOREL

### Questionnement (3 points)

- **Observe-t-elle un aspect capitonné à l'œil ? La cliente va répondre oui**
- **Fait-elle de la rétention d'eau ?**
- La peau est-elle ferme ou relâchée au toucher ?
- Le changement de poids est-il important ?
- Fait-elle du sport ?

### Protocole de soins, produits, conseils associés (4 points)

#### Produits incontournables

- **1 produit anti cellulite ancrée ou incrustée.** Exemple : Ultra body lift 10 Lierac.

**Le produit est à passer dans l'idéal 2 fois/jour mais au minimum une fois par jour. Il est efficace s'il y a une application régulière (minimum 1 fois/jour) sur du long terme.**

Les conseils à donner sont une hygiène alimentaire de base et la pratique du sport.

#### Produits complémentaires

- En complément, proposer un soin gommant à faire 1 fois par semaine. Exemple : Nuxe gommage corporel.  
Les actions du gommage sont : nettoyer la peau, éliminer les cellules mortes, stimuler le renouvellement cellulaire, activer la micro circulation cutanée.
- Associer le gant de massage Elancyl qui va activer la micro-circulation, drainer les tissus, décongestionner les amas cellulitiques et favoriser l'évacuation de l'eau et des toxines.
- Associer aussi un draineur par voie orale.

### Actifs (3 points)

#### Produit incontournable

- **Ultra body lift 10 Lierac contient 10 % de caféine (actif lipolytique) et un complexe aspartame-réglisse (action anti glycation et drainante).**

#### Produit complémentaire

- Soins gommants : pas d'actif spécifique.

## UC3 CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Identifier les urgences
- Identifier les lésions d'une peau
- Dispenser les conseils en termes de prévention, associés à une ordonnance

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Études de cas :
  - 1 cas avec ordonnance
  - 1 cas sans ordonnance

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + Identifie la pathologie traitée à partir de la lecture de l'ordonnance
- + Oriente, si nécessaire, le client vers un médecin
- + Propose et explique un protocole d'hygiène et de soins adapté à la prescription ou à la situation

### → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

Mises en situation orale par l'organisme de formation. Le candidat bénéficie de 10 minutes de préparation. Le passage devant l'examinateur dure 20 minutes.

- À partir de deux cas de comptoir tirés au sort (2 lots différents de 10 cas chacun), le candidat explique à l'examinateur les conseils qu'il va donner au patient.
- À partir de 3 photos tirées au sort parmi 10 photos couleur de bonne qualité, le candidat repère les cas d'urgence.

### → BARÈME DE NOTATION

Sur 20 points. La note 0 à l'un des deux cas (avec et sans ordonnance) est éliminatoire. La note finale sera sur 10 points.

La note finale est à proratiser sur 10 points. Elle est portée au point entier supérieur.

Exemple :  $7/10 + 3/7 + 1/3 = 11/20$  soit  $5,5/10$ . Note portée à 6/10.

#### • Cas avec ordonnance (10 points)

- Reconnaître la pathologie (2 points) et expliquer le protocole d'utilisation des médicaments (1 point) (3 points)
- Protocole d'hygiène et de soins associés (produits et leurs modes d'utilisation) (4 points, 2 points si le protocole est incomplet)
- Conseils additionnels (3 points, 1 point par conseil adapté, plafonné à 3 points)

#### • Cas sans ordonnance (7 points)

- Reconnaître la pathologie (3 points)
- Protocole d'hygiène et de soins associés (les produits et leur mode d'utilisation) (3 points, 1,5 point si le protocole est incomplet)
- Conseils additionnels (1 point)

#### • Repérage des urgences (3 points)

Repérage des urgences à partir de 3 photos tirées au hasard par le candidat (1 point par réponse exacte)

## EXEMPLE D'ÉPREUVE

L'épreuve comprend 3 parties :

### 1/ Un cas de comptoir avec une ordonnance et une photo

Il vous est demandé de reconnaître la pathologie, d'expliquer le protocole d'utilisation des médicaments prescrits et de proposer, le cas échéant, un (ou des) produit(s) dermo cosmétique(s) ainsi que leur(s) mode(s) d'utilisation et/ou le(s) protocole(s) d'hygiène et de soins. Vous veillerez à donner au moins un conseil additionnel.



#### ORDONNANCE

Enfant Laure

5 mois, 8 kg

- TRIDESONIT :  
1 application  
par jour sur les  
lésions ; à espacer  
progressivement selon  
amélioration.
- PRIMALAN sirop : 1 c.  
mesure matin et soir.
- DIASEPTYL : matin et  
soir sur les lésions.

### 2/ Un cas de comptoir sans ordonnance et avec une photo

Il vous est demandé de reconnaître la pathologie, de proposer un (ou des) produit(s) dermo cosmétique(s) ainsi que leur(s) mode(s) d'utilisation et/ou le(s) protocole(s) d'hygiène et de soins. Vous veillerez à donner au moins un conseil additionnel.

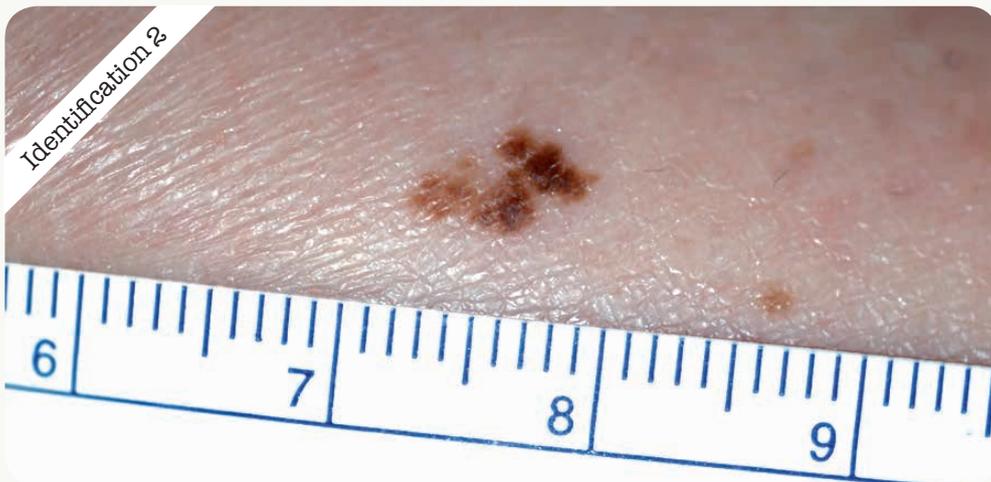


Il s'agit d'un homme  
d'une trentaine  
d'années, présentant  
une dermatose  
inflammatoire au niveau  
du cou.

Il se présente à l'officine  
et vous demande des  
conseils pour se soigner.

### 3/ Repérage des urgences

À partir de trois photos tirées parmi dix, vous devrez repérer le cas nécessitant un conseil ou une consultation médicale.







## CORRECTION DU CAS AVEC ORDONNANCE (10 points)



### ORDONNANCE

Enfant Laure

5 mois, 8 kg

- TRIDESONIT :  
1 application  
par jour sur les  
lésions ; à espacer  
progressivement selon  
amélioration.
- PRIMALAN sirop : 1 c.  
mesure matin et soir.
- DIASEPTYL : matin et  
soir sur les lésions.

### Reconnaître la pathologie et expliquer le protocole d'utilisation des médicaments (3 points)

Il s'agit d'une prescription pour une dermatite atopique chez un bébé en phase de poussées.

Protocole d'utilisation des médicaments :

- Nettoyer les lésions suintantes avec le Diaséptyl matin et soir (antiseptique qui permet d'éviter la surinfection).
- Appliquer de préférence le Tridésonit (dermocorticoïde qui permet de traiter l'inflammation) le soir après le Diaséptyl sur les lésions une seule fois par jour en petite quantité.
- Espacer ensuite les applications en fonction de l'amélioration ; ne jamais arrêter brutalement.
- Dédramatiser l'utilisation des dermocorticoïdes (pour un bébé 30 g maximum de Tridésonit pour 2 mois si lésions étendues. L'application est nécessaire pour limiter les lésions.
- Primalan (Anti H1) pour le prurit.

### Protocole d'hygiène et de soins (produits et mode d'utilisation) (4 points)

- **Produit nettoyant** : choisir un produit nettoyant afin de ne pas aggraver la sécheresse cutanée et d'assainir la peau en cas de lésions : un produit sans savon, sans parfum et sans paraben (exemple : Lipikar syndet, TriXéra...). Prendre des douches tièdes (pas de bain), bien rincer et sécher en tamponnant.
- **Produit apaisant** : appliquer une eau thermale sur les lésions en tamponnant délicatement.
- **Produit limitant l'irritation** à continuer dès amélioration des lésions (exemple : lotion Cicalfate).
- **Produit émollissant** : c'est le plus important en dehors des poussées. Il est impératif de renforcer la barrière épidermique pour éviter les récurrences en évitant la perte en eau (Lipikar baume, TriXéra baume émollissant...). Conseiller l'application de l'émollissant dès l'espacement des applications du dermocorticoïde. Appliquer après la toilette matin et soir, réchauffer l'émollissant dans les mains et l'appliquer en massage circulaire doucement.

### Conseils additionnels (3 points)

L'objectif est de limiter les récurrences et de contrôler les facteurs déclenchants.

- Éviter le contact avec les animaux domestiques, les acariens, une atmosphère surchauffée ou tabagique.
- Privilégier les vêtements de coton et laver avec une lessive liquide peu parfumée et éviter les adoucissants.
- Retarder la diversification alimentaire chez le bébé en évitant avant l'âge de 1 an les aliments réputés allergisants (œufs, fruits exotiques, fraises, arachide...).
- Respecter le calendrier vaccinal en sachant que les vaccinations peuvent être à l'origine d'une poussée.
- Ne pas approcher un sujet ayant un herpès.
- Rassurer les parents car amélioration avant l'âge de 5 ans.

## CORRECTION DU CAS SANS ORDONNANCE

(7 points)



### Reconnaître la pathologie (3 points)

Il s'agit d'une **folliculite de la barbe** en raison de la présence de pustules (lésions purulentes infectées dues au staphylocoque doré) centrées sur un poil. Les pustules sont sans gravité mais elles sont récidivantes.

### Protocole d'hygiène et de soins (produits et mode d'utilisation) (3 points)

- Utilisation matin et soir pour l'hygiène d'un produit adapté (gel nettoyant, surgras...).
- Le matin, rasage mécanique en utilisant une mousse à raser ou un gel de rasage pour peaux à problèmes et poils incarnés, à appliquer sur peau humide en enrobant bien le poil par massage circulaire à rebrousse poil, laisser poser 30 secondes (Bien insister sur l'hygiène, bien nettoyer les lames de rasoir).
- Raser dans le sens du poil des tempes vers la bouche.
- Rincer à l'eau fraîche et sécher en tamponnant.
- Si irritation application d'une eau thermale pour apaiser le feu du rasoir en tamponnant l'excès. (Ne jamais appliquer de produits alcoolisés sur le visage).
- **Soin quotidien** : appliquer ensuite baume ou fluide après rasage en fonction du type de peau qui apaise, hydrate et limite le développement bactérien (Avène...).
- **Soin complémentaire** : conseiller un gommage doux purifiant 2 fois par semaine.

### Conseils additionnels (1 point)

- Pendant la folliculite, espacer le rasage si possible.
- Utiliser un produit nettoyant sans savon selon le type de peau (exemple : surgras sur peau sèche et gel nettoyant sur peau grasse), rincer à l'eau fraîche, ne pas frotter.
- Tamponner les lésions avec un antiseptique (Diseptyl...).
- Appliquer sur les lésions purulentes un lotion asséchante (Cicalfate).
- Si aggravation, consulter le dermatologue pour un traitement antibiotique local.
- Si poils incarnés, conseiller pour le soir un soins kératolytique en prévention et qui facilite le rasage.

**CORRECTION REPÉRAGE DES URGENCES**



Identification 1  
**Sarcoptes de la gale**  
→ Consultation médicale



Identification 6  
**Couperose**  
→ Conseil



Identification 2  
**Naevus pouvant ressembler à un mélanome**  
→ Consultation dermatologique



Identification 7  
**Coup de soleil du dos**  
→ Conseils dermo cosmétiques



Identification 3  
**Acné débutante microkystes sans gravité**  
→ Conseils possibles



Identification 8  
**Vergetures**  
→ Conseil



Identification 4  
**Eczéma de contact dû à une allergie aux métaux (boucles d'oreilles) : lésion étendue surinfectée**  
→ Consultation



Identification 9  
**Rosacée papulo pustuleuse**  
→ Consultation



Identification 5  
**Herpès labial**  
→ Conseils dermo cosmétiques



Identification 10  
**Croûtes de lait du nouveau-né**  
→ Consultation dermatologique car croûtes étendues

## → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

Épreuve de 10 minutes environ.

Le candidat tire au sort un cas de comptoir qu'il présente sans préparation devant la **commission professionnelle d'évaluation**. Aucune photo n'est utilisée pour cette modalité d'évaluation.

## → GRILLE DE NOTATION DE LA COMMISSION PROFESSIONNELLE

QUESTIONS		NOTATION				
<b>ACCUEIL DU CLIENT</b>	Le client est accueilli par un salut, une formule d'accueil, un sourire et un regard	-	3	2	1	0
<b>DÉCOUVERTE DES BESOINS DU CLIENT</b>	Au moins une question est posée sur les habitudes d'hygiène et de soins du client	4	3	2	1	0
	Au moins une question est posée sur le ressenti du client	-	3	2	1	0
	Au moins une question est posée sur les habitudes de vie du client et les facteurs environnementaux	4	3	2	1	0
	Le type et l'état de peau ou de cheveu sont identifiés	4	3	2	1	0
	Il y a une alternance de questions (ouvertes, fermées, alternatives, etc.)	-	3	2	1	0
	Les éléments observés sont pertinents	4	3	2	1	0
<b>REFORMULATION</b>	Une réponse cohérente est apportée aux objections	-	3	2	1	0
	Une synthèse des propos du client est effectuée	4	3	2	1	0
<b>ARGUMENTATION PRODUITS</b>	Les produits incontournables sont proposés	4	3	2	1	0
	Les produits complémentaires sont proposés	4	3	2	1	0
	Les actifs sont décrits et expliqués	4	3	2	1	0
	La forme galénique est décrite et justifiée	4	3	2	1	0
<b>PROTOCOLE D'HYGIÈNE ET DE SOINS</b>	Le protocole d'hygiène proposé est cohérent	4	3	2	1	0
	Le protocole de soins proposé est cohérent	4	3	2	1	0
	Les conseils d'utilisation et de conservation des produits sont pertinents	-	3	2	1	0
<b>CONCLUSION DE LA VENTE</b>	Un récapitulatif des produits et de leur mode d'emploi est effectué	-	3	2	1	0
	Au moins un conseil additionnel est donné au client	-	-	2	1	0
	La prise de congé s'accompagne d'une formule de politesse	-	-	2	1	0
<b>APPRÉCIATION COMMISSION</b>		4	3	2	1	0
<b>TOTAL</b>		<b>sur 70</b>				



## UC4 VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Identifier les besoins et attentes du client
- Construire un argumentaire
- Mener un entretien de vente
- Informer sur les mesures d'hygiène de vie et de prévention associées au produit
- Pérenniser la relation client

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Cas de comptoir/mise en situation professionnelle : un sans objection, un avec objection

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + Applique le processus de l'entretien : de l'accueil à la prise de congé
- + Démontre la maîtrise des fondamentaux de la communication et des techniques de vente
- + Prend en compte les habitudes du client en matière d'hygiène
- + Propose un protocole d'hygiène et de soins adapté aux besoins, aux attentes, aux habitudes et au panier moyen du client
- + Propose une réponse adaptée aux objections du client
- + Des actions sont menées pour pérenniser la relation client

### → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

**Épreuve orale de 20 minutes pour les 2 cas. Le candidat ne dispose pas de temps de préparation.**

Le candidat tire au sort deux cas de comptoir (parmi un lot de 20), en prend connaissance, les transmet à son examinateur qui remplit le rôle du client. L'épreuve se déroule *a minima* dans un rayon officinal d'application.

NOTES

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## → BARÈME DE NOTATION

Sur 40 points. Chaque cas est noté sur 20.

### CAS SANS OBJECTION

Grille de notation sur 20 points	Réalisé	Partiellement réalisé	Non réalisé
<b>ACCUEIL DU CLIENT</b> Le client est accueilli par un salut, une formule d'accueil, un sourire et un regard	2	1	0
<b>DÉCOUVERTE DES BESOINS DU CLIENT</b> 4 questions au minimum sont posées au client (habitudes d'hygiène et de soins, ressenti, habitudes de vie, facteurs environnementaux...)	2	1	0
Le type et l'état de peau ou de cheveu sont identifiés	2	-	0
<b>REFORMULATION</b> Une synthèse des propos du client est effectuée	2	1	0
<b>ARGUMENTATION PRODUITS</b> Les produits proposés au client sont adaptés à ses besoins	2	1	0
Les caractéristiques produits (actifs, additifs, forme galénique, présentation) sont cités et expliqués	3	1,5	0
<b>PROPOSITION DU PROTOCOLE D'HYGIÈNE ET DE SOINS</b> Le protocole d'hygiène et de soins proposé est cohérent	2	1	0
Les conseils d'utilisation et de conservation des produits sont pertinents	2	1	0
<b>CONCLUSION DE LA VENTE</b> Un récapitulatif des produits et de leur mode d'emploi est effectué	1	-	0
Au moins un conseil additionnel est donné au client	0,5	-	0
Une action de fidélisation (doses d'essai, fiche conseil, ordonnance beauté...) est proposée au client	0,5	-	0
Le prix est annoncé et l'encaissement est effectué	0,5	-	0
La prise de congé s'accompagne d'une formule de politesse	0,5	-	0
<b>TOTAL</b>		<b>sur 20</b>	

NOTES

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## CAS AVEC OBJECTION

Grille de notation sur 20 points	Réalisé	Partiellement réalisé	Non réalisé
<b>ACCUEIL DU CLIENT</b> Le client est accueilli par un salut, une formule d'accueil, un sourire et un regard	1	0,5	0
<b>DÉCOUVERTE DES BESOINS DU CLIENT</b> 4 questions au minimum sont posées au client (habitudes d'hygiène et de soins, ressenti, habitudes de vie, facteurs environnementaux...)	2	1	0
Le type et l'état de peau ou de cheveu sont identifiés	2	-	0
<b>REFORMULATION</b> Une synthèse des propos du client est effectuée	1	0,5	0
<b>ARGUMENTATION PRODUITS</b> Les produits proposés au client sont adaptés à ses besoins	2	1	0
Les caractéristiques produits (actifs, additifs, forme galénique, présentation) sont citées et expliquées	3	1,5	0
<b>TRAITEMENT DES OBJECTIONS</b> L'objection est traitée par une argumentation cohérente	2	1	0
<b>PROPOSITION DU PROTOCOLE D'HYGIÈNE ET DE SOINS</b> Le protocole d'hygiène et de soins proposé est cohérent	2	1	0
Les conseils d'utilisation et de conservation des produits sont pertinents	2	1	0
<b>CONCLUSION DE LA VENTE</b> Un récapitulatif des produits et de leur mode d'emploi est effectué	1	-	0
Au moins un conseil additionnel est donné au client	0,5	-	0
Une action de fidélisation (doses d'essai, fiche conseil, ordonnance beauté...) est proposée au client	0,5	-	0
Le prix est annoncé et l'encaissement est effectué	0,5	-	0
La prise de congé s'accompagne d'une formule de politesse	0,5	-	0
<b>TOTAL</b>		<b>sur 20</b>	

## NOTES

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## EXEMPLE D'ÉPREUVE

À partir de 2 cas de comptoir tirés au sort, il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil.

### → CAS NUMÉRO 1

Une femme d'une soixantaine d'années se présente à l'officine. Elle souhaite acheter un produit pour la douche. Il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil. Dans ce cadre, quel(s) produit(s) proposez-vous et quel(s) conseil(s) donnez-vous à la cliente ?

#### Fiche examinateur (non connue du candidat)

- La cliente utilise habituellement du savon de Marseille. C'est une adepte de l'hygiène naturelle.
- Elle n'utilise pas de soins particuliers pour sa peau.

### → CAS NUMÉRO 2

Une femme d'une quarantaine d'années se présente à l'officine. Elle se plaint d'avoir les cheveux comme "de la paille", impossibles à coiffer. Il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil. Dans ce cadre, quel(s) produit(s) proposez-vous et quel(s) conseil(s) donnez-vous à la cliente ?

#### Fiche examinateur (non connue du candidat)

- La cliente a des cheveux longs qu'elle lave quotidiennement sous la douche.
- Elle utilise un shampoing pour usage fréquent et ne fait aucun soin complémentaire. Après séchage au sèche-cheveux, elle lisse ses cheveux pour les discipliner et les attache.

### → CAS NUMÉRO 3

Une jeune femme d'une trentaine d'années se présente à l'officine. Elle souhaiterait changer de crème de jour ; la sienne ne lui convient plus. Il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil. Dans ce cadre, quel(s) produit(s) proposez-vous et quel(s) conseil(s) donnez-vous à la cliente ?

#### Fiche examinateur (non connue du candidat)

- Le matin, la cliente utilise une crème de jour légère et le soir, elle pratique un simple démaquillage.
- Sa peau a tendance à tirailler à partir de 15 heures.

### → CAS NUMÉRO 4

Un homme d'une trentaine d'années se présente à l'officine. Il voudrait un produit après-rasage qui calme le feu du rasoir. Il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil. Dans ce cadre, quel(s) produit(s) proposez-vous et quel(s) conseil(s) donnez-vous au client ?

#### Fiche examinateur (non connue du candidat)

- Le client pratique un rasage mécanique le matin sous la douche et n'utilise pour cela aucun produit spécifique.
- Après le rasage, il applique une lotion alcoolisée.

### → CAS NUMÉRO 5

Une femme d'une cinquantaine d'années se présente à l'officine. Elle vous dit avoir les mains très sèches et les ongles cassants. Il vous est demandé de mener l'entretien de vente conseil. Dans ce cadre, quel(s) produit(s) proposez-vous et quel(s) conseil(s) donnez-vous à la cliente ?

#### Fiche examinateur (non connue du candidat)

- La cliente est amenée à se laver fréquemment les mains pour des raisons professionnelles. Elle utilise pour cela un savon liquide ordinaire.
- Elle ne prend aucun soin particulier de ses mains et elle utilise un dissolvant à base d'acétone pour démaquiller ses ongles vernis.

## UC4 VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS

### → RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

#### COMPÉTENCES ÉVALUÉES

- Promouvoir un produit

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Étude de cas : vente d'un produit dont le stock est excédentaire

#### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- + L'argumentation de vente prend en compte les habitudes, les informations connues, les attentes

### → DESCRIPTIF DES ÉPREUVES ET CONDITIONS

#### Épreuve écrite d'1 heure.

Le candidat construit l'argumentaire (qui sera utilisé en contact client) permettant de mettre en avant le produit dont il faut assurer la vente.

La notice technique du produit, objet de l'étude de cas, ainsi que des éléments contextuels sont fournis comme par exemple des communiqués et articles de presse, plaquettes du laboratoire, campagnes publicitaires.

Le cadre et les limites de la promotion sont décrits.

4 profils de clientèle ciblés sont définis.

### → BARÈME DE NOTATION

Sur 20 points. Chaque profil de clientèle est noté sur 5.

Grille de notation sur 5 points	Oui	Non
La motivation d'achat principale est correctement repérée dans la liste SONCAS	1	0
Les arguments développés sont adaptés à la motivation d'achat et s'appuient sur au moins deux caractéristiques du produit (marque, actifs, galénique, format et présentation)	2	0
L'argumentation s'appuie sur les caractéristiques du produit	2	0

**Total 5 points**

## EXEMPLE D'ÉPREUVE

Votre employeur, en faisant le suivi des ventes de la marque NUXE, constate que l'Huile Prodigueuse® reste un leader de la gamme, mais que la version OR ne séduit pas autant la clientèle qu'il l'aurait souhaité. Il vous demande d'en promouvoir les ventes.

En prenant appui sur les documents mis à votre disposition (cf. page suivante), il vous est demandé d'élaborer un argumentaire de vente-conseil pour chaque profil de cliente présenté ci-dessous (50 % des caractéristiques du produit : marque / formule / galénique / format et présentation doivent être repris dans cet argumentaire). Vous devez identifier au préalable la motivation d'achat principale de chacune des clientes, selon la méthode SONCAS.

### → PROFIL NUMÉRO 1

Je pars en vacances la semaine prochaine, j'aimerais glisser dans ma valise un produit de soins "tout en un", pratique d'emploi, pour éviter de trop me charger.

### → PROFIL NUMÉRO 2

Ma fille se marie en juin : un grand mariage avec une centaine d'invités, je me dois d'être particulièrement en beauté. Avez-vous quelque chose d'un peu "exceptionnel" en prévision de cette journée exceptionnelle !

### → PROFIL NUMÉRO 3

J'aimerais un produit de soins de qualité pour ma peau, mais rien de trop sophistiqué, quelque chose de naturel. J'ai regardé au rayon para du supermarché dans lequel je fais mes courses, mais je n'ai pas confiance en leurs produits.

### → PROFIL NUMÉRO 4

J'aimerais faire un cadeau plaisir à ma petite fille qui rentre en France après son stage de fin d'études à l'étranger. Un parfum peut-être, enfin je vous laisse carte blanche, vous êtes toujours de bon conseil.

## NOTES

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## • NUXE •



### FICHE TECHNIQUE HUILE PRODIGIEUSE® OR

Marque : NUXE  
 Gamme : soins multi-fonctions prodigieux  
 Catégorie : huile  
 Présentation : flacon spray de 100 ml  
 Hydratant : oui  
 Nourrissant : oui  
 Sublimateur : oui  
 Sèche : oui  
 Visage : oui  
 Cheveux : oui  
 Massage : oui

#### Formule :

Coco-Caprylate/Caprates\*, Dicaprylyl Ether\*,  
 Macadamia Integriifolia Seed Oil\*, Prunus  
 Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil\*, Corylus  
 Avellana (Hazel) Seed Oil\*, Mica\*, Camellia  
 Oleifera Seed Oil\*, Silica, Parfum/Fragrance,  
 Tocopherol\*, Ci 77891/Titanium Dioxide\*,  
 Borago Officinalis Seed Oil\*, Olea Europaea  
 (Olive) Fruit Oil\*, Ci 77491/Iron Oxides\*,  
 Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil\*,  
 Rosmarinus Officinalis (Rosemary) Leaf Extract\*,  
 Hypericum Perforatum Flower/Leaf/Stem  
 Extract\*, Solanum Lycopersicum (Tomato) Fruit  
 Extract\*, Benzyl Salicylate, Linalool, Limonene,  
 Citronellol, Geraniol.

\* Sans adjonction de conservateur.

**Avec 95 % d'ingrédients d'origine naturelle**, cette huile sèche est une association inédite de 30% d'Huiles Végétales Précieuses et de Vitamine E pour nourrir, adoucir, illuminer en un seul geste le visage, le corps et les cheveux.

La peau du visage et du corps est douce et satinée. Les cheveux sont souples, brillants et retrouvent leur volume. Sensuelles, ses nacres or font subtilement scintiller la peau et la mettent en valeur au moindre mouvement. Un cocktail unique de 6 Huiles Végétales Précieuses pour une peau de satin et une chevelure de soie. Ses Nacres Or Multi-Reflets illuminent toutes les peaux et tous les cheveux de subtils reflets dorés.

### NATURE ET LUXE - LA PHILOSOPHIE

Les cosmétiques d'origine naturelle NUXE sont nés d'une philosophie. Une marque signifiant NATURE ET LUXE.

Un logo simple et fort : **l'arbre**.

Une signature emblématique : **La Nature est Prodigieuse**.

*"Quand l'excellence de la nature rencontre le glamour".*

Aliza Jabès, Présidente du Groupe NUXE

### LES VALEURS

NATURE • PERFORMANCE • SENSUALITÉ

### LA CHARTE NUXE

La qualité des cosmétiques NUXE se traduit par la charte NUXE :

- Choix de principes actifs naturels
- Produits sans huile minérale, sans matière d'origine animale\*
- Produits non comédogènes\*\*
- Tests réalisés sous contrôle dermatologique par des laboratoires indépendants agréés par le Ministère de la Recherche pour une sécurité et une efficacité optimales
- Système de conservation sans paraben
- Contribuer à préserver l'environnement : privilégier les matériaux recyclables...

\* Hors produits issus de la ruche

\*\* Soins visage

### RÉCOMPENSES NUXE

Par son savoir-faire, NUXE a conquis le cœur des magazines, des lectrices et des professionnels.

Toutes et tous reconnaissent unanimement son efficacité : l'incroyable palmarès de prix décernés à NUXE en est la preuve incontestable !

- Prix Beauté Stars *Madame Figaro* 2012 Crème Fraîche® de Beauté

- Prix *Santé Magazine* Beauté Santé 2012 Nuxellence® Jeunesse

- Grands Prix Avantages de la Beauté 2012 Crème Prodigieuse® Enrichie

...

### ARTICLES DE PRESSE NUXE

**Figaro Madame** Baume Lèvres Ultra-Nourrissant Rêve de Miel® - Septembre 2013

**Cosmopolitan** Prodigieux® le parfum - Novembre 2013

**Glamour** Huile Prodigieuse® - Novembre 2013

**L'Express Styles** Nuxellence® Jeunesse - 6 Novembre 2013

**Grazia** Nirvanesque® - 15 Novembre 2013

**Cosmopolitan** Crème Prodigieuse® - Novembre 2013

**Cosmétiquemag** Merveillance® expert - Décembre 2013

[fr.nuxe.com](http://fr.nuxe.com)

## CORRECTION DU CAS NUXE

### PROFIL NUMÉRO 1

- **Reconnaître la motivation d'achat principale :** confort.
- **Choisir 2 caractéristiques produits à mettre en avant, les argumenter en adaptant les arguments à la clientèle ciblée :**
  - **Formule :** soin multi-fonctions nutritif, protecteur, réparateur grâce à l'association de 30 % d'huiles végétales précieuses (macadamia, amande douce, noisette, thé, bourrache, extraits huileux de millepertuis) et de vitamine E, pour le visage, le corps, les cheveux.
  - **Format :** compact, en flacon plat qui se glisse facilement dans un bagage, présentation en vaporisateur, pratique et hygiénique.

### PROFIL NUMÉRO 2

- **Reconnaître la motivation d'achat principale :** orgueil.
- **Choisir 2 caractéristiques produits à mettre en avant, les argumenter en adaptant les arguments à la clientèle ciblée :**
  - **Marque :** de qualité cosmétique, haut de gamme, aux formules suractivées en actifs précieux d'origine naturelle, marque primée, citée et reconnue dans la presse féminine.
  - **Galénique :** huile sèche qui ne laisse pas de film gras sur la peau, riche en actifs hydratants et nourrissants (huiles végétales, vitamine E), effet sublimateur, bonne mine sur la peau, reflets dorés dans les cheveux par la présence des nacres.

### PROFIL NUMÉRO 3

- **Reconnaître la motivation d'achat principale :** sécurité.
- **Choisir 2 caractéristiques produits à mettre en avant, les argumenter en adaptant les arguments à la clientèle ciblée :**
  - **Formule :** à base d'ingrédients à 95 % d'origine naturelle dont 30 % d'huiles végétales précieuses, sans paraben ni autres conservateurs, ne contenant pas d'huile minérale pouvant être comédogène, ni de composants d'origine animale.
  - **Marque :** présentant toutes les garanties de sécurité, avérées par des tests réalisés en laboratoire agréé, marque reconnue et primée pour son savoir-faire.

### PROFIL NUMÉRO 4

- **Reconnaître la motivation d'achat principale :** sympathie.
- **Choisir 2 caractéristiques produits à mettre en avant, les argumenter en adaptant les arguments à la clientèle ciblée :**
  - **Galénique :** huile sèche multi usages : visage, corps, cheveux, qui ne laisse pas de film gras sur la peau, tout type de peau, au parfum mythique.
  - **Marque :** tendance, primée et fréquemment citée dans la presse féminine.

### NOTES

---



---



---



---



---



---



---

## FICHE RÉCAPITULATIVE DES RÉSULTATS

CANDIDAT(E)

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse du domicile : .....

Unités de compétences	Modules	Évaluation en charge des OF	Évaluation en charge de la commission	Notation OF	Notation commission	Validation
<b>UC1</b> Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique	+ Moyens de la définition de la politique commerciale	Dossier professionnel	Fiche synthèse présentée à l'oral	/20	/10	Validée à hauteur de 25/50 <input type="checkbox"/> UC validée <input type="checkbox"/> UC non validée
	+ Achats	Écrit 75 minutes	-	/10	-	
	+ Suivi des ventes	Écrit 45 minutes	-	/10	-	
<b>UC2</b> Animation de l'espace de vente dermo cosmétique au sein d'une pharmacie d'officine	+ Conception et organisation d'un rayon dermo cosmétique	Dossier professionnel	Fiche synthèse présentée à l'oral	/30	/10	Validée à hauteur de 20/40 <input type="checkbox"/> UC validée <input type="checkbox"/> UC non validée
	+ Animation du point de vente					
<b>UC3</b> Conseil du client en matière d'hygiène et de soins	+ Physiologie cutanée et types de peaux	Écrit 60 minutes Oral 30 minutes	Cas de comptoir présentés à l'oral	Écrit : /20  Oral : /10	/70	Validée à hauteur de 65/100 <input type="checkbox"/> UC validée <input type="checkbox"/> UC non validée
	+ Pathologies de la peau					
	+ Galénique et actifs					
	+ Conseils associés aux produits d'hygiène					
	+ Conseils associés aux produits de soins					
	+ Conseils associés aux produits de beauté					
	+ Analyse de la nature de peau et conseils associés					
+ Communication appliquée au conseil						
<b>UC4</b> Vente de produits d'hygiène et de soins	+ Techniques de vente	Écrit 60 minutes Oral 20 minutes	-	Écrit : /20  Oral : /40	-	Validée à hauteur de 30/60 <input type="checkbox"/> UC validée <input type="checkbox"/> UC non validée
	+ Réglementation en matière de vente en pharmacie					
<b>Total</b>				<b>/160</b>	<b>/90</b>	

La Commission professionnelle d'évaluation peut motiver sa notation par son appréciation littérale qu'elle portera au verso de cette fiche ou sur papier libre annexé.

L'organisme de formation peut éclairer le jury par un avis écrit motivé annexé à la présente fiche.

L'organisme de formation peut solliciter les félicitations pour le candidat en motivant sa demande soit au verso de cette fiche soit sur papier libre annexé.

→ L'organisme de formation peut joindre à cette fiche toutes les informations complémentaires utiles aux membres du jury pour statuer, qu'il souhaite porter à sa connaissance : fiches intermédiaires de notation, avis circonstanciés, appréciations des formateurs...

→ La fiche récapitulative des résultats est à renseigner par le responsable de formation.

L'organisme de formation transmet au secrétariat du jury la fiche récapitulative des résultats de chaque candidat accompagnée des pièces suivantes :

- photocopie lisible du diplôme de brevet professionnel de préparateur en pharmacie (ou relevé de notes) ou du diplôme de pharmacien,
- photocopie lisible d'une pièce d'identité avec photographie : carte d'identité, passeport ou titre de séjour (pas de permis de conduire).

Nom et signature du responsable de formation :

Date :

Identification de l'organisme de formation :

## CAHIER DES CHARGES DU DISPOSITIF DE TUTORAT

<b>Objectifs pour l'organisme de formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Assurer le lien entre les acteurs (salarié, tuteur, organisme de formation).</li> <li>→ Veiller à la mise à disposition par le tuteur des moyens nécessaires à la formation en alternance.</li> <li>→ Accompagner le tuteur dans la réalisation de ses missions.</li> <li>→ Évaluer les acquis des bénéficiaires.</li> <li>→ Remplir les obligations réglementaires et contractuelles liées au tutorat et à l'alternance.</li> </ul>
<b>Objectifs pour l'employeur/tuteur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Remplir la fonction de tuteur :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faciliter l'insertion professionnelle du bénéficiaire.</li> <li>- Former le bénéficiaire.</li> <li>- Évaluer les compétences et savoirs acquis au sein de la pharmacie d'officine.</li> </ul> </li> <li>→ Remplir les obligations réglementaires liées au contrat de professionnalisation.</li> </ul>
<b>Objectifs et finalités pour le bénéficiaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Acquérir des savoirs et compétences en situation professionnelle.</li> <li>→ Valider sa certification professionnelle.</li> <li>→ Réussir son insertion professionnelle.</li> </ul>
<b>Moyens et outils mis à la disposition du tuteur et du bénéficiaire</b>	<p><b>Guide du tuteur :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Présentation de la formation : référentiel d'activités et de compétences, cahier des charges de la formation.</li> <li>→ Présentation des missions et obligations du tuteur : textes réglementaires.</li> <li>→ Présentation des interventions du tuteur :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontres prescrites avec le bénéficiaire.</li> <li>- Rencontres préconisées avec le bénéficiaire.</li> </ul> </li> <li>→ Présentation des fiches d'évaluation des compétences acquises.</li> </ul> <p><b>Guide de l'apprenant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Présentation de la formation : référentiel d'activités et de compétences, cahier des charges de la formation.</li> <li>→ Règlement intérieur de l'organisme de formation.</li> <li>→ Présentation des interventions du tuteur :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontres prescrites avec le bénéficiaire.</li> <li>- Rencontres préconisées avec le bénéficiaire.</li> </ul> </li> <li>→ Présentation des fiches d'évaluation des compétences acquises.</li> </ul> <p><b>Présence recommandée du tuteur lors de la signature de la convention de formation tripartite.</b></p> <p><b>Échanges individualisés prescrits avec le tuteur</b> (3 entretiens par téléphone ou en face à face) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 entretien introductif sur les activités qui seront confiées au bénéficiaire, avant ou au moment de la signature du contrat de professionnalisation.</li> <li>- 2 entretiens en cours de contrat, à la moitié du parcours de formation et en fin de contrat.</li> </ul> <p><b>Fiches d'évaluation préconisées des compétences acquises</b> par le tuteur et l'apprenant (tous les 2 mois et à la fin de chaque module de formation).</p> <p><b>Reporting des actions et des modalités de suivi du tutorat par l'organisme de formation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptation des outils mis à disposition (guide du tuteur, guide de l'apprenant, fiches d'évaluation des compétences acquises).</li> <li>- Fiches de suivi des entretiens individualisés.</li> <li>- Tableaux de bord des actions.</li> </ul>



**CQP** Dermo cosmétique  
Pharmaceutique



 **CPNEFP**  
Pharmacie d'officine

[www.cpnefp-pharmacie.org](http://www.cpnefp-pharmacie.org)