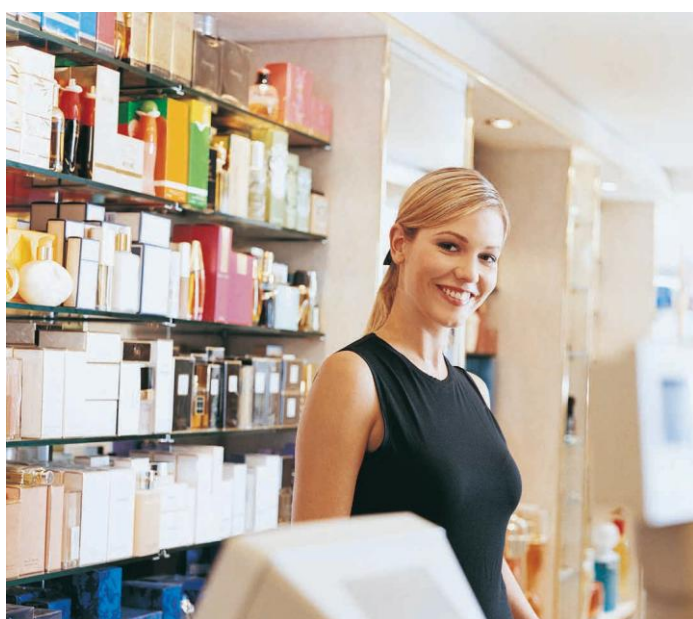


FORMATION REFERENTIEL 2026



**CQP** DERMOS 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, USPO) et les organisations syndicales de salariés (CFDT, CFE CGC, CFTC, CGT, FO, UNSA), 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.

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

## 1

# Cahier des charges de la formation

## Description des modules

Modules	Contenus	Durée
<b>M 1</b> <b>MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'OFFICINE EN MATIÈRE DE DERMO COSMÉTIQUE</b>	→ Moyens de la définition d'une politique commerciale	10 h 30
	→ Achats	14 h
	→ Suivi des ventes	14 h
<i>Cours théoriques et pratiques associés à des études de cas</i>		
<b>M 2</b> <b>ANIMATION DE L'ESPACE DE VENTE DERMO COSMÉTIQUE AU SEIN D'UNE PHARMACIE D'OFFICINE</b>	→ Conception et organisation d'un rayon dermo cosmétique	14 h
	→ Animation du point de vente	10 h 30
<i>Cours théoriques et pratiques associés à des mises en situation professionnelle simulée ou réelle (contrat d'alternance)</i>		
<b>M 3</b> <b>CONSEIL DU CLIENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET DE SOINS</b>	→ Physiologie cutanée et types de peaux	21 h
	→ Pathologies de la peau (infections cutanées, peaux sous traitement en radiothérapie ou chimiothérapie, épisodes épidémiques,...)	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
<i>Cours théoriques associés à des études de cas et cours pratiques associés à des jeux de rôle /mise en situation sur le conseil et la communication associée (partie identification des besoins du patient /client, partie conseils , partie communication)</i>		

<b>M4</b> <b>VENTE DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET DE SOINS</b>	→ Techniques de vente	35 h
	→ Réglementation en matière de vente en pharmacie	7 h
<i>Cours théoriques sur les techniques de ventes et la réglementation (pour les techniques de ventes : jeux de rôle et mises en situation professionnelle)</i>		
<b>ÉVALUATION</b>	→ Durée Commission professionnelle d'évaluation par stagiaire + accompagnement du stagiaire en amont	7h

**Total 273 h**

## M1

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

## MODULE → Moyens la définition d'une politique commerciale

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Décrire le marché de la parapharmacie</b>	<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>
<b>Décrire les principes et les outils fondamentaux du marketing adaptés à l'officine</b>	<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> <li>- Réseaux sociaux et effets sur les attentes /demandes des patients</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

## 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

## 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 : 14 h

## M2

## 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>Planter 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

## Module → animation du point de vente

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Décrire les différentes actions et techniques promotionnelles</b>	<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>	
<b>Construire et animer une action de promotion</b>	<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>+ 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>+ 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>
<b>Identifier les principes de base de réalisation d'une vitrine</b>	<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

## M3

## 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>	<p><b>3h30</b></p>
<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, émoullissants, 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 perturbateurs endocriniens ( savoir les identifier)</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>	<p><b>10h30</b></p>

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, gomme</li> <li>-</li> <li>- nts</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

Module → **Conseils associés aux produits de soins**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENUS ASSOCIÉS	DURÉE
<b>Expliquer la fonction des différentes catégories de produits de soins</b>	<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>
<b>Identifier les propriétés des différents produits de soins</b>	<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>
<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> <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

## 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**

<i>OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES</i>	<i>CONTENUS ASSOCIÉS</i>	<i>DURÉE</i>
<b>Appliquer les fondamentaux de la communication interpersonnelle</b>	<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>	<b>14h</b>
<b>Appliquer en situation les fondamentaux du conseil</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Jeux de rôles</li></ul>	

**DURÉE : 14h**

## M4

## 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
<b>Définir les fondamentaux de la réglementation liée à la vente conseil de produits dermo cosmétiques</b>	<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>	<b>7h</b>
<b>Appliquer la réglementation lors de la promotion des produits</b>	<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>	
<b>DUREE : 7h</b>		

# 2

## Cahier des charges de la formation Compétences évaluées par modules

Un volume de 7 heures est dédié aux évaluations en commission professionnelle selon les modalités et critères du référentiel d'évaluation.

- M 1 Mise en œuvre de la politique commerciale de l'officine en matière de dermo cosmétique, permet d'acquérir les compétences C1 et C5 du référentiel du CQP
- M 2 Animation de l'espace de vente dermo cosmétique au sein d'une pharmacie d'officine, permet d'acquérir les compétences C1 et C5 du référentiel du CQP
- M 3 Conseil du client en matière d'hygiène et de soins, permet d'acquérir les compétences C2 et C3 du référentiel du CQP
- M 4 Vente de produits d'hygiène et de soins, permet d'acquérir la compétence C4 du référentiel du CQP