

Document d'accompagnement du référentiel de formation



Inspection de l'Enseignement Agricole

Diplôme : Baccalauréat professionnel
« Technicien Conseil-Vente en alimentation » (produits alimentaires et boissons)

Module : MP2 – Expertise conseil en produits alimentaires

Objectif général du module :
Identifier une demande d'un client afin de lui proposer des solutions appropriées dans un contexte de durabilité. Le module MP2 s'appuie essentiellement sur le commerce des « produits alimentaires ».

Indications de contenus, commentaires, recommandations pédagogiques

L'univers des « produits alimentaires » est ici à considérer au sens large et inclut l'univers des boissons au sens large comprenant les BRSA (boissons rafraîchissantes sans alcool) vins, spiritueux, bières et cidres.

Si chaque établissement doit assurer une formation pour familiariser les apprenants aux produits alimentaires, il peut accentuer l'étude de produits d'un des univers en fonction des contextes locaux.

Ce module prend appui sur le cadre réglementaire lié à l'alimentation, avec notamment, suite aux Etats Généraux de l'Alimentation, l'adoption de la loi EGALIM qui encourage :

- La promotion d'une alimentation durable, disponible en quantité suffisante et de qualité conforme aux critères nutritionnels, gustatifs et culturels,
- L'amélioration de la qualité sanitaire et environnementale de production avec la réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires,
- L'amélioration des conditions liées au bien-être animal,
- La réduction des déchets,
- Le dynamisme des territoires et acteurs locaux en les plaçant au cœur de la politique de l'alimentation en favorisant une commercialisation locale.

Ce module permet aux apprenants d'acquérir une méthodologie relative à des démarches de diagnostics et d'analyses par le biais de situations concrètes et professionnelles, centrées sur le conseil client. L'équipe enseignante s'appuie sur une diversité de situations réelles pour donner du sens aux savoirs relatifs aux sciences et techniques du génie alimentaire ou viti-vinicoles et à la biologie écologie sous l'angle de la santé-diététique et de l'écocitoyenneté en lien avec les apports du module MG4.

Son objectif est de faire acquérir aux apprenants, outre des connaissances et des savoirs, des méthodes relatives à l'expertise des produits alimentaires, en lien avec le contexte évolutif de la politique de l'alimentation.

Ce module outille le futur vendeur en produits alimentaires, en privilégiant une approche de la notion de qualité dans toute ses dimensions, lui permettant :

- D'identifier les éléments qui conditionnent la qualité d'un produit alimentaire
- De mettre en relation les pratiques professionnelles mises en œuvre lors de la production, la fabrication et la transformation du produit, en lien avec les attentes des consommateurs et des évolutions sociétales,
- D'identifier et d'associer les différentes dimensions technologique, socio-économique et culturelle dans un objectif de valorisation des produits.

Ce module est l'occasion d'aborder le cœur du métier « conseil au client » au travers d'expertises conjointes technique et scientifique. En outre, une approche des différents types de produits par la dégustation peut être également nécessaire pour le conseil client.

A cette fin, les ateliers de production et/ou transformation, les exploitations et les espaces dédiés à la vente des établissements de formation, mais aussi des structures partenaires, sont des supports privilégiés de tout ou partie de l'enseignement de ce module. Il s'appuie de manière privilégiée sur des activités pluridisciplinaires en lien avec des situations pratiques. Les séquences en milieu professionnel participent également à l'atteinte des objectifs de ce module.

Ce module est conduit en relation étroite avec le MP5, et apporte les connaissances transversales aux deux modules.

Objectif 1 : Identifier la demande du client d'un point de vue technique

Objectif 1.1 S'approprier le contexte de la demande du client par un questionnaire approprié

L'identification des besoins du client s'appuie sur les tendances de consommation du moment et le contexte sociétal et réglementaire qui a court.

Les salons alimentaires internationaux, nationaux et régionaux constituent des opportunités de veille et de suivi sur les évolutions des tendances de consommation.

Exemples de tendances : une alimentation plus durable et/ou responsable, une alimentation plus saine, une alimentation reflétant la diversité culturelle de la planète, une alimentation « fait maison », une consommation alimentaire plus « digitale » en lien avec l'information nutritionnelle, une consommation plus responsable limitant le gaspillage, une consommation de « prêt-à-manger », une consommation de proximité limitant les étapes logistiques, une consommation plus transparente, etc.

Les ressources institutionnelles (Filières, INAO, Panorama des IAA, France AgriMer, etc) sont également des outils permettant d'avoir une information actualisée.

Le questionnaire du client, en lien avec le module de gestion commerciale, afin de cibler la demande permet d'appréhender et de préciser les exigences de celui-ci (contexte de consommation, typicité, critères qualitatifs exprimés, praticité, prix).

Objectif 1.2 Analyser les informations recueillies en mobilisant les connaissances relatives aux produits alimentaires

Cet objectif est essentiellement méthodologique et concourt à la réalisation de l'objectif 2. Il s'agit d'acquérir une méthodologie pour trier et hiérarchiser les informations pertinentes dans le but de répondre à la demande du client.

Objectif 2 : Proposer une solution technique adaptée à la demande du répondant aux enjeux de la transition agro-écologique

Une méthodologie de questionnaire développé en fonction des réponses successives du client, permet de cibler de plus en plus finement les produits qui répondent le mieux à la demande du client. C'est donc une approche diagnostique.

A cette démarche, est associée la connaissance des produits alimentaires au sens large en se référant :

- à la connaissance des produits (origine, environnement de production et de transformation, terroirs et savoirs faire associés).
- aux secteurs d'activités ou aux caractères nutritionnels des produits (secteurs viande, secteurs laitier, fruits et légumes céréales et produits amylacés, sucres et produits sucrés, corps gras, boissons).
- aux différentes gammes existantes pour chaque catégorie de produits alimentaires, sans omettre les boissons.

Est également abordée la connaissance des contextes entourant la production des produits alimentaires sous l'angle des différentes composantes de la qualité (règle des 4S, qualité entreprise, qualité réglementaire, signes de qualité, ...). En outre, l'engagement d'entreprises de production et de transformation, dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) pourra être soulignée au travers d'exemples de mise en œuvre de cahiers des charges (HVE, AB, Demeter, ...).

Objectif 2.1 Appréhender les différents déterminants influant la qualité des produits alimentaires

L'approche sous l'angle de l'étude d'agroécosystèmes est une entrée à privilégier. Il s'agit de mettre en évidence la relation étroite entre l'activité de production de la matière première et la qualité finale du produit. La présentation des processus de transformation et fabrication (schéma de vinification, méthodes d'élaborations et conditions d'élevage pour les vins, travail du grain pour les céréales et les produits dérivés, lait et transformation fromagère...) fait partie, ici, de l'étude des systèmes de production, en lien avec les opérations unitaires étudiées dans le module MP5.

Dans ces études, la mesure de l'impact environnemental de l'activité agricole et la démarche de durabilité sont appréciés et mis en relation avec la qualité finale du produit en lien avec l'objectif 3.

A partir, d'exemples tirés de divers systèmes de productions (viti-vinicoles, maraîchers, arboricoles, céréaliers et élevages laitiers, élevages viandes), il s'agit de montrer pourquoi telle production est plus adaptée qu'une autre sur un territoire donné et quelle est la plus-value d'un point de vue qualitatif. Des visites d'exploitations permettent de contextualiser cet objectif en s'appuyant sur les spécificités territoriales, en particulier celui dans lequel l'établissement est ancré.

L'étude des SIQO (AOP, IGP, Label Rouge, STG, AB) se fait de manière concomitante à l'étude des systèmes de production. Ces signes représentent non seulement un atout pour le produit lui-même mais également pour le territoire ou le terroir qui a permis leur élaboration.

On évoque également les mentions valorisantes, les signes non officiels de qualité (produits locaux ou régionaux) ainsi que les marques commerciales.

Selon la nature des produits et en lien avec l'objectif 1 du module MP5, la qualité nutritionnelle, sanitaire, de service et organoleptique (4S) sont abordés.

La qualité organoleptique des produits est vue au travers de l'analyse sensorielle et la mise en pratique de la dégustation. Des descripteurs spécifiques en lien avec différentes catégories de produits sont étudiés. Un lien avec l'objectif 2.2 est fait, notamment au niveau des outils de recensement qui peuvent être utilisés, et avec les modules MP5 et MP6, dans le cadre d'animation à caractère commerciale associée à la mise en œuvre pratique de dégustations.

Objectif 2.2 Recenser les produits les plus adaptés à la demande

A partir des besoins du client, il s'agira de proposer/choisir les produits présents dans le point de vente en mobilisant ses connaissances pour déterminer un panel de produits adaptés.

On pourra faire appel à :

- des cartes nationales ou régionales de géo-viticulture et/ou d'autres produits (fromages, viandes, charcuterie, etc)
- des guides des vins, concours
- des applications mobiles permettant la comparaisons de scores nutritionnels
- des sites internet, des catalogues, etc.
- etc

Objectif 2.3 Développer un argumentaire technique pour proposer les produits recensés

Il s'agit de regrouper puis présenter les arguments techniques au client. Tout en utilisant un vocabulaire technique précis, le conseil doit cependant être adapté au client ce qui signifie l'usage de la vulgarisation ainsi qu'un souci de concision.

La communication au client peut s'appuyer sur des visuels produits ou une approche organoleptique en proposant une dégustation. Les conseils apportés peuvent s'élargir sur des propositions d'accord ou d'associations entre mets et vins ou boissons ou des propositions de produits complémentaires (verres, carafes à décanter, tire-bouchon, ...) assurant la réussite de leur mise en œuvre ainsi que leur pérennité.

Les adaptations alimentaires propres à certaines affections (allergie, intolérance, diabète, régime sans sel...), celles correspondant à des choix de vie personnels (végétariens, végétaliens, végan, flexitarien...) et celles liées à la pratique religieuse (halal, casher...) font l'objet d'une attention particulière.

Le conseil apporté doit avoir une composante santé en étant factuel sur le côté bénéfiques/risques potentiels.

Les solutions présentées doivent permettre au client de faire son propre choix, ou de valider la proposition qui lui a été faite.

Objectif 3 : Promouvoir une alimentation durable

Le conseil s'inscrit dans une démarche écocitoyenne, qui permet de donner une plus-value au conseil en proposant des réponses alternatives.

Ainsi, la mise en avant de produits issus de circuits courts est incontournable, de même que la mise en perspective de produits issus de grandes séries (produits industriels) avec des produits artisanaux ou fermiers est mise en œuvre chaque fois que cela est possible.

Les conséquences en terme de réduction de l'impact carbone sur le choix d'un produit aux dépens d'un autre sont présentées tout comme le recours aux contenant recyclables, réutilisables (consignes, ...) ou la possibilité de vente en vrac.

Activités pluridisciplinaires

Les enseignants de biologie écologie, de sciences et techniques professionnelles (viti-oeno, GA) sont associés sur de nombreuses activités pluridisciplinaires.

Veille réglementaire

Innovation produits (réduction des déchets, bienfaits nutritionnels, goût,...

Évolution des démarches écocitoyenne.