



RÉFÉRENTIEL DE DIPLÔME
Baccalauréat professionnel
Technicien conseil vente en alimentation
(Produits alimentaires et boissons)

Mentions légales des photos
mediatheque.agriculture.gouv.fr



SOMMAIRE

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS

PAGE 3

Contexte socio-économique du secteur professionnel	Page 4
Emplois visés par le diplôme et leurs descriptions	Page 11
Fiche descriptive d'activité (FDA)	Page 13
Situations professionnelles significatives de la compétence (SPSC)	Page 15

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

PAGE 17

Liste des capacités attestées par le diplôme	Page 18
Blocs de compétences	Page 20

RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION

PAGE 23

Tableaux des épreuves	Page 24
Modalités d'évaluation	Page 27

RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

PAGE 31

Présentation et architecture de formation	Page 32
Formation à caractère professionnel	Page 34
Modules de formation	Page 36
Unités de formation	Page 41

Lexique des sigles	Page 62
--------------------	---------

Arrêté du 8 octobre 2020 portant création de la spécialité "technicien conseil vente en alimentation (produits alimentaires et boissons)" du baccalauréat professionnel et fixant ses conditions de délivrance. (JO du 17 octobre 2020)



RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS

Le référentiel d'activités du baccalauréat professionnel « technicien conseil vente en alimentation (produits alimentaires et boissons) », décrit les emplois de salariés expérimentés de niveau 4 des commerces spécialisés dans la vente de produits alimentaires, de vins et de spiritueux.

Le référentiel d'activités est composé de quatre parties :

- ▶ La première partie fournit les informations relatives au contexte socio-économique du secteur professionnel concerné ;
- ▶ La deuxième partie présente les emplois visés par le diplôme et leurs descriptions ;
- ▶ La troisième partie est constituée de la fiche descriptive d'activité (FDA) ;
- ▶ La quatrième partie présente les situations professionnelles significatives (SPS) organisées en champs de compétences.



CONTEXTE SOCIO-ÉCONOMIQUE DU SECTEUR PROFESSIONNEL

1. Éléments de contexte socio-économique du secteur professionnel

1.1 Evolution du secteur

La spécificité de la distribution des produits alimentaires en France a deux origines, un attachement culturel à la qualité de la consommation alimentaire et un développement original et important de la grande distribution.

Le débat portant sur la qualité des produits alimentaires ne date pas d'hier, comme en attestent les crises alimentaires qui ont émaillé l'histoire dès le début du XX^{ème} siècle avec le développement de la production industrialisée. C'est pourquoi aussi bien les pouvoirs publics que les firmes commerciales ont cherché à améliorer la qualité et la sécurité sanitaire pour les consommateurs.

Ainsi, la France a souvent été à l'origine de la création des signes de qualité (on peut citer les AOC (Appellation d'origine contrôlée 1936) ou le label rouge en 1960), signes de qualité qui se sont multipliés au risque peut-être de créer de la confusion chez le consommateur. Aujourd'hui encore, quand ce dernier doit choisir entre la qualité d'un produit alimentaire et son prix, il déclare à 78 % privilégier la qualité¹, même si le déclaratif ne se traduit pas toujours dans les actes : c'est le taux le plus élevé de l'ensemble des secteurs. Cette industrialisation de la production des produits alimentaires soutenue par des structures d'entreprises fortes a accompagné le développement de la grande distribution. En 1949, Edouard Leclerc introduit le concept de discount avec la spécificité qui marquera pendant longtemps la grande distribution française : des prix bas sur des marques connues. Après les premiers supermarchés qui ont généralisé la vente en libre-service, la création de l'hypermarché (Carrefour 1962) a répondu aux évolutions sociales et démographiques des années 1960, comme la démocratisation de la consommation de masse, l'urbanisation de la société, le développement de l'usage de la voiture et de l'équipement des ménages. Depuis, ce mouvement de développement de la grande distribution connaît une expansion continue avec un accroissement régulier des surfaces de vente, mais s'accompagnant d'une concentration croissante des groupes.

Les pouvoirs publics ont essayé à plusieurs reprises (loi Royer 1973, loi Raffarin 1996) d'enrayer ce mécanisme pour protéger le commerce de proximité. Malgré tout, l'expansion s'est poursuivie mettant en péril certains équilibres urbains, en particulier l'attractivité des centres-villes.

La puissance des groupes de distribution a également posé des problèmes de position dominante dans leurs rapports de force avec leurs fournisseurs, en particulier agricoles. La loi Egalim, **loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous** a été adoptée, notamment, pour rééquilibrer le partage de la valeur ajoutée.

Si la distribution alimentaire a su s'adapter à l'apparition de nouveaux concepts comme le hard discount dans les années 1990 en intégrant des politiques de premiers prix et des marques distributeurs, la croissance des grandes et moyennes surfaces marque le pas (1% de croissance en m2 en 2018) et des évolutions structurelles se dessinent :

- des formats en évolution : le modèle de l'hypermarché s'essouffle (-6 points sur la fréquentation hebdomadaire entre 2012 et 2017) alors que les supermarchés et les magasins de proximité avec une offre élargie répondant au besoin de proximité des consommateurs, retrouvent de la croissance ;
- une progression des drives et plus particulièrement des drives accolés qui illustre bien la complémentarité entre circuits qui se dessine dans une logique cross canal ;
- une progression des points de vente bio +31 % en 2018 et des cavistes +13 %².

Évolution de la fréquentation par circuit³

Formes de commerce	% D'INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ FRÉQUENTER LE CIRCUIT AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE			ECART % 2012-2005	ECART % 2017-2012
	2005	2012	2017		
Supermarchés	40,2	32,5	41,5	- 7,7	+ 9
Hypermarchés	42	39,9	40	- 2,1	+ 0,1
Commerces alimentaires spécialisés hors boulangerie	25,4	28	29,5	+ 2,6	+ 1,5
Marché	32,8	26,6	16,6	- 6,2	- 0,1
Hard discount	19,8	16,5	18,3	- 3,3	+ 1,8
Commerces de proximité		14,5	17,7		+ 3,2
Supérettes	17,5	12,5	17,4	- 4,6	+ 4,8
Épicerie de quartier	15,4	14,9	15,3	- 0,5	+ 0,3
Magasins Bio			7,7		
Drives		1,2	4,1		+ 2,9
Magasins de surgelés	2	4,4	2,5	+2,4	- 1,6
Magasins de vente directe			1,2		
Magasin alimentaire participatifs			1,1		
Internet avec livraison	0,6	0,6		+ 0	+ 0,5

A côté de l'offre conventionnelle se développent des offres alternatives comme les magasins de vente directe ou les magasins participatifs traduisant un renouveau de l'engagement des consommateurs dans leur consommation alimentaire.

Ce phénomène de forte concurrence fragilise la situation économique des salariés et des employeurs, alors même que les distributeurs discount misent dorénavant sur une montée en gamme de leurs offres.

Dès le milieu des années 1990, le secteur a été conduit à engager une réflexion sur l'évolution de son environnement et ses impacts sur les besoins en compétences de ses salariés.

Les métiers du commerce à prédominance alimentaire se sont complexifiés au cours de la dernière décennie avec l'accroissement de l'offre des références en magasin et l'exigence croissante des consommateurs sur la qualité, l'origine et le prix des produits. Des éléments de contexte nouveaux ont progressivement été pris en compte :

- L'accroissement de la concurrence entre enseignes, qui a renforcé les besoins en adaptabilité, en professionnalisme et en qualité de services ;
- Le développement de la vente conseil et des ventes complémentaires ;
- L'essor des petits paniers et des premiers prix, qui a nécessité de jouer davantage sur le trafic les volumes vendus ;
- La complexification de la gestion des flux d'information et le développement de la technologie ;
- La rigueur sans cesse accrue dans la gestion actuelle des rayons et des magasins ;
- Le e-commerce qui concerne la grande distribution mais aussi les épicerie fines par la vente des produits du terroir, l'épicerie sucrée, la charcuterie, les boissons alcoolisées ou non ainsi que les infusions, les coffrets gourmands et les produits frais.

Enfin, l'usage croissant et permanent des outils numériques favorise le développement du e-commerce et permet l'accès plus rapide aux informations produits.

Pour les commerçants la numérisation du commerce permet une nouvelle forme de suivi des clients et modifie la relation, la fidélisation et l'animation commerciale d'ensemble.

TYPES D'ENTREPRISES ET ORGANISATION DU SECTEUR.

Le commerce alimentaire, historiquement en France, cœur de métier de la grande distribution a vu se constituer de grands groupes conglomérats qui associent parfois plusieurs formes d'organisations commerciales :

1. le commerce intégré, dominé dans la grande distribution par les groupes Carrefour, Auchan et Casino, mais présents dans des secteurs plus spécialisés, comme les cavistes Nicolas ;
2. Le commerce indépendant, qu'il s'agisse :
 - ◆ de commerce associé, organisation commerciale adoptée par le groupe Leclerc et développée notamment par les groupes Système U et Intermarché qui dominent les moyens formats. Ce modèle porte aussi le développement du marché de la bio avec les leaders du marché tels Biocoop ;
 - ◆ de franchise ;
 - ◆ ou d'artisanat commercial.

Les commerces alimentaires de proximité résistent sur les secteurs très spécialisés mais qui souffrent d'un manque d'intérêt.

En fonction des contextes locaux et des stratégies des différents groupes, une enseigne peut être portée exclusivement par des points de vente régis par une forme d'organisation commerciale ou au contraire associer des points de vente de nature juridique différente.

Cette structure composite de l'appareil commercial aboutit à un tissu d'entreprises atomisé dans lequel les TPE (très petites entreprises) dominant.

Le tableau suivant résume les conclusions d'une étude⁴ qui montre l'importance des TPE dans le secteur de l'alimentation.

	NOMBRE	EFFECTIFS MOYENS	CHIFFRES D'AFFAIRES	SURFACE MOYENNE
Moins de 400 m ²	90 950	2	454	124
De 400 à 1000 m ²	6 680	11	3 698	716
De 1000 à 2500 m ²	4 443	32	12 414	1 594
De 2500 à 5000 m ²	1 354	88	33 899	3 240
Plus de 5000 m ²	888	276	76 763	8 793

La vente directe s'est elle aussi professionnalisée au cours des dernières années. Traditionnellement important dans le domaine des vins et spiritueux (vente au caveau), il s'est généralisé et développé dans d'autres secteurs. Tout producteur peut disposer d'un atelier lui permettant de transformer ses produits pour les commercialiser ensuite par différentes voies.

La vente des produits, transformés ou non, peut être faite sur place (à la ferme), sur le marché local, sur les foires et salons, en vente itinérante, vente par correspondance, vente organisée à l'avance (paniers), et également dans les points de vente collectifs. Ceux-ci sont des structures particulières où les producteurs se relaient à la commercialisation, et recueillent directement le produit de leur vente. Les produits peuvent également être consommés sur place dans les gîtes, fermes-auberges et tables d'hôtes.

Les marchés de plein vent se sont adaptés aux évolutions sociétales, avec des organisations originales telles que les marchés fermiers ou de producteurs.

LES EMPLOIS ET LE MARCHÉ DU TRAVAIL

L'emploi dans le secteur commercial continue de progresser et représente en 2019 3 144 milliers d'emplois avec une prévision pour 2020 de 3 161 milliers. Cette augmentation concerne en particulier le commerce alimentaire généraliste avec une progression moyenne annuelle de + 47 500 emplois entre 2008 et 2017.

Parmi les 91 481 établissements du secteur recensés, plus de 80% sont des TPE.

Ces établissements emploient plus d'un million de salariés dont 60% de femmes, près de 80% d'employés ouvriers, 85% de CDI, 68% de temps plein et 20 % de vendeurs alimentaires.

Dans le secteur des ventes hors magasin, les créations d'emplois restent dynamiques et ont la particularité d'être équilibrées entre emploi salarié et entrepreneurs indépendants.

- X Selon l'observatoire du secteur alimentaire⁵, en 2017, le secteur des industries alimentaires, les coopératives agricoles et l'alimentation de détail recouvrent 153 000 emplois pour la commercialisation et 5500 recrutements de commerciaux. Le métier de commercial est un métier en tension (65%). Alors que la digitalisation a permis d'optimiser le fonctionnement de la chaîne logistique d'approvisionnement, les nouvelles exigences du consommateur en termes de qualité et de services associés assurent le développement de l'emploi commercial.

Si la dynamique de l'emploi salarié est très largement emmenée par le commerce de détail alimentaire, qui, au total, connaît une progression de 12,9% sur la période 2007-2018, avec 106 610 emplois créés en net depuis 2007, son importance est accrue dans les territoires périphériques⁶. En effet, les commerces agissent comme de véritables amortisseurs de crise au cœur des lieux de vie sur le plan de l'emploi parce qu'ils impactent positivement l'activité et le dynamisme de 62 des départements français, notamment en dehors des territoires métropolitains. Dans 43 d'entre eux l'emploi commercial évolue plus vite que pour le reste de l'emploi salarié permettant de dynamiser l'activité économique.

Les commerces sont des partenaires des territoires : en maintenant leur présence dans les centres-villes, ils animent les cœurs de ville et maintiennent le lien social. Dans les territoires ruraux, de nouvelles organisations associant commerces et services de proximité se développent, portées par les structures territoriales.

LA CONSOMMATION DE PRODUITS ALIMENTAIRES

De plus en plus de consommateurs déclarent désirer manger sain, mieux et responsable. Dans ce contexte, l'alimentaire spécialisé reste dynamique en 2018. En particulier, les ventes en « autres commerces de détail alimentaire en magasin spécialisé » (incluant notamment la plupart des enseignes bio) continuent leur ascension. Les ventes des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) augmentent également. À l'inverse, elles se contractent dans les magasins de produits surgelés⁷.

L'activité continue de décroître dans les grandes surfaces. Ces dernières représentent toujours près des trois quarts des ventes des magasins alimentaires. En 2018, les ventes de produits alimentaires résistent mieux dans ce type de magasin. En effet, les ventes de produits non alimentaires continuent de baisser fortement dans les hypermarchés comme dans les supermarchés, d'après l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emag-sa). Concernant ce type de produits, la grande distribution souffre davantage de la concurrence de la vente à distance

Les produits carnés représentent le principal poste de dépenses de produits alimentaires des ménages. Les viandes, volailles et charcuteries représentent en moyenne de 2015 à 2017 un quart des dépenses alimentaires des ménages, tous circuits confondus. Ils sont suivis par l'ensemble lait, yaourts, fromages, crème et œufs (16 %). Arrivent ensuite les pains et céréales, hors produits de la boulangerie (10 %), les boissons alcoolisées (9 %) et les légumes (9 %), puis les poissons et fruits de mer (8 %). Les autres catégories de

produits représentent chacune moins de 7 % des dépenses alimentaires des ménages pour leur consommation au domicile principal.

Alors que les ventes de viande se replient pour la quatrième année consécutive, celles de fruits et de légumes marquent le pas en volume pour la première fois depuis 2011. Seul un Français sur quatre consomme au moins cinq fruits et légumes par jour, et cette proportion aurait baissé entre 2010 et 2017. Toutefois, les ventes de fruits et légumes chez les primeurs restent très dynamiques, les consommateurs semblant privilégier cette forme de vente pour ces produits.

► Pour les vins et spiritueux

La famille des vins tranquille représente à elle seule près de la moitié (46%) des volumes de boissons alcoolisées achetées par les ménages, en moyenne sur les trois dernières années. La bière vient en 2ème position, représentant un tiers des volumes totaux de boissons alcoolisées achetées pour la consommation à domicile. Sa position s'est renforcée au cours de la période étudiée, passant de 29% (moyenne 2008-2010) du panier « boissons alcoolisées » à 35%, alors que la part du vin tranquille s'est réduite de 53% à 46%. La consommation restante représente 19%, dont 10% pour les spiritueux, 5% pour les vins effervescents, 4% pour les produits intermédiaires (apéritifs à base de vin et vins doux naturels), et ces niveaux sont stables sur l'ensemble de la période⁸.

FACTEURS D'ÉVOLUTION DE LA DISTRIBUTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DES VINS ET SPIRITUEUX.

► La consommation alimentaire poursuit sa mutation

Suite à une étude prospective sur les comportements alimentaires en 2025, réalisée dans le cadre du contrat de la filière alimentaire, le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt et ses partenaires Ania, CGAD, CGI, Coop de France, FCD et FranceAgriMer, plusieurs grandes tendances ont été identifiées.

◆ Vers une alimentation de proximité

Face aux inquiétudes liées à la mondialisation et à une croissance économique modérée, les consommateurs privilégient la proximité en matière alimentaire, encourageant les productions locales, les produits régionaux et la vente directe. L'envie de recréer du lien ville-campagne réapparaît fortement depuis quelques années en France (dans un contexte de longue tendance d'urbanisation). La proximité peut ainsi être géographique (produits locaux/régionaux) et relationnelle (circuits courts, relation avec le primeur, l'artisan...).

◆ Vers une alimentation plus durable et plus naturelle

Pour 76% des Français, la consommation responsable est un moyen de s'impliquer dans le développement durable et pour 73% des Français, les individus ont un rôle important pour agir concrètement en matière de développement durable. (Source : Etude Ethicity – GreenFlex 2016). Le boom du bio est un indicateur fort de cette prise de conscience collective. En 2025, l'appétence des Français pour l'alimentation durable aura des effets connexes notamment sur les emballages (retour de la consigne, développement du vrac, emballages comestibles ou biodégradables).

La naturalité, pour une grande partie des consommateurs, sous-entend une absence de « produit chimique ». En effet, les consommateurs sont attentifs à la composition des ali-

ments et privilégient ceux sans éléments artificiels (conservateurs, additifs, colorants artificiels ...). Ils cherchent à éviter également les produits issus des biotechnologies, les OGM ou encore l'utilisation de pesticides dans l'agriculture.

Face aux scandales alimentaires répétés, les consommateurs français ont développé une certaine méfiance vis-à-vis des produits standardisés. Ils recherchent davantage de transparence sur l'origine, la composition, l'apport nutritionnel ainsi que les conditions de production des produits qu'ils achètent.

◆ Vers une alimentation de plus en plus diversifiée

Pour certains consommateurs, la tendance du « fait maison » devrait encore s'accroître, accompagnée « intelligemment » par les industriels et les distributeurs par un étiquetage ad-hoc (recettes, conseils d'utilisation, association de produits en rayon comme des contenants, des produits à cuisiner et des accessoires de cuisine). Pour d'autres, le mode de vie urbain et l'exigence croissante de rapidité de la société moderne ont restreint le temps accordé par les Français à l'achat et à la préparation des repas. Ils aspirent à davantage de temps pour les loisirs et recherchent praticité et gain de temps concernant leurs prises alimentaires, qu'ils trouvent notamment dans la consommation d'aliments-services (plats préparés, sandwiches, restauration et livraison à domicile...).

La montée des consommations particulières et des régimes spécifiques devrait se conforter (sans gluten, végétarien, végétalien, hallal, casher, etc.).

◆ Vers une consommation alimentaire plus stratégique

« Le rapport qualité-prix devient le critère le plus important dans le choix des consommateurs ». En 2015, 67% des individus déclaraient être intéressés par la pratique de l'achat groupé de produits alimentaires (+3 points par rapport à 2014). Un intérêt qui est nettement plus marqué chez les 25-34 ans (73%). Le nombre de magasins de déstockage alimentaire (défaut d'étiquetage, DLC courte, sur-stocks, etc.) s'étoffe.

En 2025, par-delà la crise économique, les consommateurs devraient conserver un comportement favorable à la recherche de bonnes affaires. Sur la question du temps, la formule du drive devrait encore gagner des adeptes. La tendance de la frugalité qui consiste à consommer moins pour des raisons de contraintes économiques ou par choix (limitation de l'empreinte écologique, raisons de santé...) devrait elle aussi se renforcer.

◆ Vers une consommation alimentaire plus « digitale »

Le développement des achats en ligne devrait augmenter par effet de génération. « Au moment où l'essor des pratiques liées au drive semble ralentir et que ce segment arrive à maturité, le développement des usages liés au commerce alimentaire digital pourraient prendre d'autres formes. Celles-ci dépendront également de l'offre proposée par les distributeurs : essaimage de nouveaux points et lieux de collecte de ces achats, (re)développement de la livraison à domicile en centre urbain, mais aussi en milieu rural (face à la disparition de commerces alimentaires). »

◆ Les particularités des vins, bières et spiritueux

S'agissant des vins et spiritueux, les réglementations du code de la route et la préoccupation grandissante autour de la santé ont contribué au passage d'une consommation quotidienne vers une consommation occasionnelle et festive avec une recherche plus forte de la qualité des produits.

Dans la grande distribution les ventes ont stagné même si elles représentent plus de 80 % des volumes, alors que le e-commerce continue de gagner du terrain. Qu'ils s'agissent de généralistes (Cdiscount, Veepee) ou des pure players l'offre s'enrichit en ajoutant à la largeur de la gamme des services améliorés en termes de conseil, comme le « sommelier virtuel » de Cdiscount. Les GSA s'adaptent à ce nouvel environnement en développant des services de click and collect.

Dans ce contexte de recherche de qualité et de conseil, les cavistes connaissent des progressions de vente de l'ordre de 2 %9 par an. Les ventes des vins bio tirent le marché et devraient doubler en volume entre 2017 et 2022 pour atteindre 8.3 % de la consommation¹⁰. Alors que leur distribution était surtout le fait des détaillants spécialisés et de la vente directe, ils intéressent de plus en plus la grande distribution qui rattrape son retard en contractualisant avec des opérateurs de la filière. En 2018, un quart des achats de « vin Bio » s'effectue en magasin spécialisé type Biocoop et 20 % est commercialisé en grandes surfaces. L'évolution de la consommation de bières ainsi que la montée en puissance des bières premium répond à une nouvelle demande sociétale, avec un développement de la clientèle féminine et de l'accroissement de l'implantation des micro-brasseries.

L'évolution des modes de consommation a fait émerger des nouveaux lieux et espaces d'achat, mais aussi des espaces de dégustations, de convivialités, voire de fabrication.

► Une conjoncture économique et un environnement réglementaire en évolution

Face à la faiblesse des cours des produits agricoles et à leur forte volatilité, les acteurs de la filière tentent de s'organiser.

Les denrées alimentaires ayant souvent constitué un objet de promotion important pour les enseignes pour se positionner auprès du consommateur en termes de prix bas, il devenait essentiel de mieux réguler les rapports entre producteurs et distributeurs. En 2017, les états généraux de l'alimentation préconisent le développement des filières et l'instauration de prix plus « justes ». Après avoir été adoptée le 2 octobre 2018, la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable, a été promulguée le 1 novembre 2018. La loi issue des états généraux de l'alimentation a pour objectif de :

- payer le juste prix aux producteurs ;
- renforcer la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits ;
- favoriser une alimentation saine, sûre et durable pour tous.

Les professionnels de la vente doivent également s'adapter à un contexte environnemental plus contraint pour faire face au gaspillage et à la gestion des déchets.

Pour certains produits, les enseignes ont été amenées à développer des relations de partenariat avec la production pour garantir une stabilité et une qualité des approvisionnements.

► Un appareil commercial en mutation

Après des années de croissance ininterrompue, le développement de la distribution alimentaire généraliste ou spécialisée doit faire face à un contexte différent :

- La faible croissance des salaires, le poids important pris par le poste logement, l'orientation vers d'autres types de dépenses, la hausse des impôts et des taxes sur le carburant pèsent sur la consommation des ménages et le pouvoir d'achat ressenti.
- La progression du commerce en ligne de plus de 10 % par an impacte fortement la grande distribution en particulier sur le non alimentaire.
- Les évolutions sociétales de la consommation (voir infra) ont modifié le rapport du consommateur au lieu de vente.

L'appareil commercial a fait face à une stagnation de ses ventes, qui a causé pour beaucoup de points de vente, en particuliers les plus importants, une baisse du rendement au m². La concurrence accrue qui s'en est suivie a entraîné des réorganisations drastiques tant au niveau des groupes que de la structuration des magasins. Les hypermarchés se trouvent de plus en plus en difficulté et la grande distribution évolue vers des surfaces de vente moyennes, davantage recentrées sur les produits de l'alimentation. Une enquête du CREDOC¹¹ indique que si l'hypermarché reste le circuit le plus fréquenté, il est en perte de vitesse (-6 points sur la fréquentation hebdomadaire entre 2012 et 2017). Cela profite aux supermarchés mais aussi aux supérettes et commerces de proximité. Cette enquête fait également ressortir l'évolution des circuits liés au digital, comme le drive ou la livraison à domicile commandée par internet.

Enfin, cette enquête révèle que dans leur recherche de qualité, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à fréquenter plusieurs magasins en fonction des produits alimentaires recherchés. Cette tendance associée au développement de la digitalisation de la distribution (sites internet, différents formats de drive, commandes et livraisons à domicile) modifie les habitudes d'achats qui deviennent cross canal ou omnicanales.

En 2015, la loi autorisant l'ouverture dominicale des magasins de plus de 400 m² assortie d'une augmentation de salaire à hauteur de 30 % pour le travail du dimanche est perçue comme facilitant les embauches dans la grande distribution.

Pour les cavistes, l'extension du réseau des enseignes existantes va se poursuivre et s'accélérer, qu'il s'agisse de Nicolas, de V and B ou d'enseignes de moindre ampleur. Pour les indépendants, le succès passe de plus en plus par une offre complémentaire de services : bar à vin, petite restauration, épicerie fine, caves virtuelles...

En développant des modèles d'autogestion, en s'approvisionnant directement chez les producteurs, un nouveau type de magasins est né pour proposer aux clients des produits au prix le plus juste et de qualité.

Ces évolutions entraînent une nécessité d'adaptation de l'activité du titulaire de l'emploi

Au niveau de son activité, le titulaire de l'emploi doit intégrer la dimension éthique et de développement durable, la multiplicité des canaux de distribution, la réglementation notamment de la protection du consommateur. Il doit collaborer avec une multiplicité d'acteurs de l'organisation, le service commercial, le service comptable et les fournisseurs.

Face à ce contexte, l'activité du titulaire de l'emploi doit s'appuyer sur :

- une connaissance des produits (origine, fabrication, caractéristiques et préparation) ;
- une écoute et une attention particulière aux besoins des clients ;
- une maîtrise des outils numériques ;
- des qualités d'expression orales et écrites ;
- la capacité à maîtriser son stress et à gérer son temps ;
- la capacité à analyser une situation commerciale et à en rendre compte ;
- la capacité à travailler en équipe.

Le Baccalauréat professionnel Technicien conseil vente en alimentation est délivré par le Ministère en charge de l'agriculture. Son activité se situe au niveau IV selon la nomenclature de 1967, et au niveau 4 selon la nomenclature européenne.

Le code NSF est le 312 : commerce, vente.

Le répertoire national des certifications professionnelles résume les activités de l'emploi et des compétences de la façon suivante :

« Le titulaire de ce diplôme exerce un rôle de conseil auprès de la clientèle en matière de produits alimentaires, vins et spiritueux. Il assure, en face à face ou à distance, le conseil, la vente et la fidélisation du client, ainsi que le bon fonctionnement des espaces de vente (mise en rayon attractive des produits, étiquetage des prix) et de stockage (gestion rigoureuse de la marchandise, suivi informatique des stocks).

Ses conseils doivent être spécifiques et adaptés aux besoins du client.

Il applique au quotidien la réglementation commerciale et les normes en vigueur en matière d'hygiène et de sécurité. Il est particulièrement vigilant à respecter les dates limites d'utilisation et de consommation. Il peut être amené à intervenir dans d'autres rayons que le sien, voire procéder aux opérations de caisse.

1 « les français toujours très attachés à la qualité » Credoc juin 2016

2 LSA 2537 janvier 2019

3 Comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du commerce alimentaire en 2017, Credoc

4 Sources Insee, Fare, Clap, Strene du 31 décembre 2016

5 Observatoire ?????? X

6 Laurent Davezies rapport pour le Conseil du commerce de France, février 2020

7 Insee première juin 2019

8 Évolution des achats de boissons alcoolisées par les ménages français pour leur consommation à domicile, entre 2008 et 2017, France Agrimer

9 Source Xirfi

10 Etude IWSR de janvier 2019

11 CREDOC : Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des conditions de vie

2- Emplois visés par le diplôme

Les emplois se situent dans la vente des produits alimentaires et des vins et spiritueux.

Le titulaire de l'emploi est recruté comme conseiller vendeur ou assistant chef de rayon.

Les emplois relèvent à la fois de la fonction vente et de la fonction conseil auprès d'une clientèle de particuliers selon la stratégie commerciale de l'enseigne en respectant la réglementation du commerce et les règles d'hygiène et de sécurité.

Le vendeur en alimentation et en vins et spiritueux valorise son expertise produit dans la vente. Il peut exercer en grande distribution alimentaire et dans une grande variété de commerces : charcuterie, épicerie, primeurs, crèmerie fromagerie, aliments transformés et boissons, alcoolisées ou non.

Le vendeur en alimentation est le premier contact de la clientèle. Il porte l'image de marque de l'entreprise dans laquelle il travaille. Son excellente connaissance des produits lui permet de conseiller ses clients en fonction de leurs besoins. Il apporte soin et créativité à la présentation des produits sur les étals et dans les vitrines.

Les emplois correspondent à des postes d'employés spécialisés ou d'employés « libre-service ». La spécialisation concerne les produits frais, les vins et spiritueux ou l'épicerie fine. Le titulaire de l'emploi peut être en charge de la logistique et réaliser des activités de réceptionnaire, préparateur de commande, cariste ou manutentionnaire.

2.1. Appellation des emplois

Les appellations de l'emploi du Répertoire Opérationnel des Métiers et des Emplois (ROME) se trouvent dans la fiche D1106 Vente en alimentation.

Les appellations correspondent aux emplois suivants :

- Epicier, épicière
- Marchand / marchande de fruits et légumes
- Vendeur / vendeuse : produits alimentaires, produits alimentaires hors produits frais, en épicerie fine, en vins et spiritueux
- Adjoint / adjointe chef de rayon produits alimentaires
- Adjoint / Adjointe au responsable de chef de produits alimentaires.

La convention collective du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire s'adresse aux salariés employés notamment dans les commerces d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés et hypermarchés en ce qui concerne la vente au détail.

Elle concerne également les activités de commerce de gros tels que les centrales d'achats de produits de grande consommation dépendant directement des établissements de commerce de détail à prédominance alimentaire, les commerces de gros non spécialisés à prédominance alimentaire (fourniture de produits alimentaires et de produits non alimentaires de grande consommation vendus par les commerces de détail non spécialisés à prédominance alimentaire).

Sont en revanche exclus de la présente convention les personnels des magasins tenus par des gérants mandataires

non-salariés, les salariés des magasins populaires, ceux des entreprises relevant de la convention collective nationale de commerces de gros, ainsi que les VRP bénéficiant des dispositions de la convention nationale interprofessionnelle du 3 octobre 1975.

La convention s'applique sur l'ensemble du territoire national y compris dans les DOM.

Lorsque l'effectif de ces commerces est inférieur à 11 salariés, c'est la convention collective nationale du commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers du 15 avril 1988, étendue par arrêté du 20 juin 1988, JORF 25 juin 1988 qui s'applique.

2.2. Définition des emplois

Les emplois relèvent à la fois de la fonction vente et de la fonction conseil auprès d'une clientèle de particuliers selon la stratégie commerciale de l'enseigne en respectant la réglementation du commerce et les règles d'hygiène et de sécurité.

L'exercice de ces emplois requiert la connaissance technique des produits (origine, fabrication, conservation), des marchés ainsi que des effets de la saisonnalité sur les cycles de vente. La prise en compte de l'évolution des modes de consommation ainsi que celle du cadre réglementaire reste indispensable pour comprendre la demande de la clientèle et répondre à ses attentes.

A titre d'exemple la convention collective nationale du commerce de détail de fruit et légumes et produits laitiers propose cette classification des emplois d'employés :

NIVEAU	EXEMPLE D'EMPLOI
E1	Employé(e) de magasin, vendeur(se) débutant(e), employé(e) de vente, manutentionnaire H/F...
E2	Employé(e) de magasin, vendeur(se) débutant(e) (6 mois d'expérience)...
E3	Employé(e) de vente, vendeur(se), chauffeur(euse) livreur(euse) VL (permis B)...
E4	Vendeur(se), assistant(e), chauffeur(euse) PL (permis C)...
E5	Vendeur(se) conseil...
E6	Vendeur(se) référent(e), second de rayon H/F, assistant(e) administratif(ve) chauffeur(euse) PL (permis E)...
E7	Vendeur(se) référent(e) confirmé(e), assistant(e) administratif(ve) confirmé(e)...

L'emploi cible pour le titulaire de l'emploi se situe au niveau E5 et peut évoluer vers les niveaux E6 et E7. Dans le cadre des emplois en grande distribution, si le titulaire du diplôme peut débiter sa carrière dans un emploi de type 2, il a vocation à évoluer vers les niveaux 3 et 4.

Employé commercial 1	Dispose et présente les articles dans les rayons du magasin. Assure l'information des prix en rayon, la propreté, effectue les déplacements de produits entre les réserves et les rayons et répond aux demandes ponctuelles des clients.
Employé commercial 2	Accueille, renseigne et sert le client au sein de rayons nécessitant une vente assistée en surveillant la rotation et la qualité des produits. Met en place l'information adéquate (fiches produits, conseils d'utilisation, informations légales sur les risques ou la toxicité...). Oriente le client vers le produit adapté à ses besoins en utilisant l'argumentaire approprié (utilisation du produit, consignes de sécurité...). Peut enregistrer et encaisser les ventes. Prépare les commandes de réapprovisionnement à l'aide des outils fournis (logiciels, cadenciers...). Dans le cas de produits alimentaires, assure également la propreté, l'hygiène des rayons concernés, la conservation du stock dans les meubles et les réserves appropriés.
Employé commercial 3	Veille à la bonne tenue d'un ensemble de rayons ou d'un secteur du magasin (balisage, propreté, hygiène, fonctionnement...), étudie, propose et réalise l'adaptation des présentations et implantation des produits, distribue le travail de quelques employés, accueille et conseille le client dans les rayons concernés.
Employé commercial 4	Assure les travaux comportant une part d'initiative et de responsabilité, dans un magasin, un secteur de celui-ci ou de ses annexes. Peut, selon le cas, seconder un responsable de petit magasin ou un manager de rayon. Coordonne le travail de quelques employés. Est à même de suppléer son supérieur hiérarchique en cas d'absence occasionnelle de celui-ci.

2.3. Conditions générales d'exercice

L'activité se déroule au sein de magasins d'alimentation générale ou spécialisée, d'entreprises artisanales, en grandes ou en moyennes surfaces, magasins de producteurs, caïstes et magasins de vente des coopératives.

Cette activité peut se dérouler sur des horaires variables et décalés, en relation avec le rythme de l'activité commerciale de l'entreprise. Elle s'exerce le plus souvent en station debout.

Le titulaire de l'emploi travaille en équipe. Il est en contact direct et permanent avec la clientèle. Il est donc amené à des déplacements réguliers au sein du magasin. Lors du stockage des produits ou de leur mise en rayon, il manipule des charges lourdes ou des objets volumineux. Le port d'une tenue professionnelle ou de sécurité peut être requis.

Il peut être amené à travailler en zone réfrigérée comme dans les grandes et moyennes surfaces, en zones froides pour les enseignes spécialisées en produits surgelés ou dans la cadre de la vente ambulante de produits surgelés.

2.4. Responsabilité et autonomie

La place et la polyvalence du titulaire de l'emploi dépend essentiellement de l'organisation de la fonction commerciale de l'entreprise.

Au sein du rayon, sous la responsabilité du supérieur hiérarchique dans les grandes enseignes et en autonomie dans les points de vente de taille plus restreinte, il organise son travail en autonomie selon les consignes reçues.

Il assure la prise en charge de la marchandise depuis l'arrivée jusqu'à la vente. Il conseille la clientèle en la sensibilisant aux démarches de développement durable.

Il assure aux clients la conformité des produits à la réglementation et aux normes en vigueur.

Il informe la hiérarchie de toutes les constatations utiles concernant le fonctionnement du point de vente et de l'évolution des ventes. Il est force de proposition auprès de son responsable.

2.5. Evolution dans l'emploi

L'évolution professionnelle dans une fonction commerciale dépend des opportunités de l'entreprise ou de l'enseigne, des résultats commerciaux, de la capacité d'animation commerciale et de travail en équipe.

Après quelques années d'expérience ou l'obtention d'un diplôme supérieur, le titulaire de l'emploi peut évoluer vers un poste de chef d'équipe ou de responsable de rayon.

FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITÉS (FDA)



3.1. Résumé du métier

Le titulaire de l'emploi est employé dans les entreprises de distribution de produits alimentaires ou de vins et spiritueux ou possédant un rayon de ces produits.

Son activité est centrée sur le conseil et la vente de produits pour lesquels il possède une expertise : fruits et légumes, produits de l'élevage transformés : produits laitiers, fromages, charcuterie ainsi que sur la vente en boulangerie et les boissons alcoolisées et non alcoolisées.

Il connaît les méthodes de production et les différents types de qualification des produits, celles liées à l'origine et au terroir (AOC, AOP, IGP), celles résultant d'un savoir-faire (label, attestation de spécificité et attestation de conformité) et celles attachées à un mode de production plus respectueux des équilibres naturels (agriculture biologique, agriculture à Haute Valeur Environnementale (HVE)).

Son activité se situe dans le respect de la réglementation ainsi que des normes d'hygiène et sécurité en vigueur.

Les activités du titulaire de l'emploi se situent à l'interface entre une équipe commerciale, un client et une unité commerciale.

En lien avec l'unité commerciale, le titulaire de l'emploi réceptionne les produits alimentaires qu'il organise et range dans la zone de stockage dédiée.

Il a en charge l'approvisionnement et l'organisation des rayons ainsi que l'entretien des produits exposés et des espaces de vente. Il met en place des opérations promotionnelles et dégustations en réalisant puis installant des décors et des aménagements. Il anime des événements saisonniers.

Il accompagne le client dans l'espace de vente en l'orientant et en répondant à sa demande dans la recherche de produits des différents rayons. Il informe les clients sur les différents types de qualifications des produits ainsi que sur la valeur nutritionnelle et culinaire de ces produits.

Il réalise des ventes au détail, notamment pour les produits frais pour lesquels il a un rôle important de conseil des clients sur les produits, sur leurs utilisations en cuisine, la qualité et la provenance des produits. Le cas échéant, il propose une vente additionnelle ou des services associés.

En fonction du niveau de responsabilité, il prend en charge les réclamations et les retours de marchandises ou oriente vers la personne compétente.

En relation avec l'équipe, le titulaire de l'emploi partage des informations sur le fonctionnement du point de vente. Il informe la hiérarchie des difficultés rencontrées et organise quotidiennement son plan de travail.

3.2. Liste des fonctions et des activités exercées

La fiche descriptive d'activités (FDA) dresse la liste de l'ensemble des activités exercées par des titulaires des emplois visés par le diplôme, recensées lors d'enquêtes. Il s'agit d'une liste quasiment exhaustive, à l'exception de quelques activités rarement rencontrées.

La FDA ne décrit donc pas les activités exercées par un titulaire de l'emploi en particulier, mais correspond plutôt au cumul de toutes les configurations d'emplois des salariés occupant les emplois visés par le diplôme.

Ces activités sont regroupées en grandes fonctions et sont écrites, par convention, sans pronom personnel, les activités pouvant être conduites par un homme ou par une femme.

Les fonctions identifiées dans la cadre de la réalisation des activités du titulaire de baccalauréat professionnel Technicien Conseil Vente des produits en alimentation sont :

- Réception des produits alimentaires et des vins et spiritueux
- Gestion des rayons
- Mise en vente des produits alimentaires frais et périssables
- Vente et conseil du client sur les différents espaces de vente
- Mise en place d'opérations promotionnelles
- Entretien de l'espace de vente
- Suivi client

1. Réception des produits alimentaires et des vins et spiritueux.

- 1.1** Accueille les livreurs
- 1.2** Réceptionne les livraisons et les marchandises
- 1.3** Enlève les films protecteurs des produits sur palette
- 1.4** Dépalettise les produits
- 1.5** Vérifie la conformité des produits à la livraison :
 - 1.5.1 vérifie l'adéquation des produits à la commande ;
 - 1.5.2 vérifie les aspects et les déformations des produits ;
 - 1.5.3 vérifie le respect de la chaîne du froid ;
 - 1.5.4 vérifie les dates limites de consommation ;
 - 1.5.5 vérifie les dates de durabilité minimum ;
 - 1.5.6
- 1.6** Emet des réserves sur la non-conformité des produits
- 1.7** Renseigne le support de traçabilité des marchandises : dates de livraison, relevé des températures, numéros de lots....

- 1.8** Range les produits dans la zone de stockage
- 1.9** Contrôle les paramètres d'ambiance pour la conservation des produits
- 1.10** Régule les conditions d'ambiance
- 1.11** Traite les emballages pour le recyclage
- 1.12** Vérifie les documents légaux liés à la distribution des vins et spiritueux.

2. Gestion des rayons

- 2.1** Contrôle les quantités de produits disponibles en rayon
- 2.2** Définit les besoins en réapprovisionnement du rayon
- 2.3** Réalise les inventaires
- 2.4** Suit l'état des stocks
- 2.5** Passe des commandes validées par la hiérarchie
- 2.6** Achemine les produits du lieu de stockage au rayon
- 2.7** Transmet l'information de commande des produits manquants
- 2.8** Réalise le merchandising des produits en rayon
- 2.9** Assure le réassort des produits dans les rayons et les linéaires :
 - 2.9.1 *contrôle les quantités ;*
 - 2.9.2 *définit les besoins en réapprovisionnements ;*
 - 2.9.3 *vérifie les dates limites de consommation ;*
 - 2.9.4 *vérifie les dates de durabilité minimum.*
- 2.10** Réalise le facing et repère la démarque
- 2.11** Réalise l'étiquetage des produits et des prix dans le linéaire
- 2.12** Réalise l'entretien des rayons et des espaces de vente :
 - 2.12.1 *entretient la qualité et la visibilité de l'étiquetage ;*
 - 2.12.2 *entretient la surface intérieure du rayon ;*
 - 2.12.3 *entretient l'aire extérieure du rayon.*
- 2.13** Evacue les déchets, les produits périmés, défectueux ou impropres à la vente
- 2.14** Met à jour les prix sur les produits en rayon : étiquettes, prix, origine...

3. Mise en vente des produits alimentaires frais ou périssables

- 3.1** Monte et démonte des rayons
- 3.2** Met en place des produits en rayon de façon attractive
 - 3.2.1 *réalise les coupes ;*
 - 3.2.2 *réalise les découpes ou les parages.*
- 3.3** Prépare les produits pour la vente en libre-service
- 3.4** Prépare les commandes de façon attractive et transportable
- 3.5** Met en œuvre les procédures d'hygiène et de qualité
 - 3.5.1 *effectue les relevés de température pour le suivi de la chaîne du froid*
- 3.6** Régule les conditions d'ambiance pour la conservation des produits frais
- 3.7** Contrôle l'état de conservation des produits périssables

4. Vente et conseil du client sur les différents espaces de vente

- 4.1** Oriente le client dans le magasin
- 4.2** Répond aux demandes d'informations des clients ou oriente vers la personne compétente
- 4.3** Se met à disposition et au niveau du client
- 4.4** Propose un produit adapté à la situation/aux besoins du client
- 4.5** Conseille les clients sur les produits vendus à la coupe
- 4.6** Prépare la quantité de produits demandés
- 4.7** Conditionne les produits choisis par le client
- 4.8** Pèse les produits achetés
- 4.9** Informe des promotions en cours
- 4.10** Informe sur l'origine des produits
- 4.11** Informe sur les modes de fabrication et la qualité des produits
- 4.12** Informe sur les allergènes
- 4.13** Informe sur les préparations et utilisations culinaires
- 4.14** S'assure du respect des conditions de vente liées aux produits alcoolisés
- 4.15** Propose une vente additionnelle et ou des services associés
- 4.16** Réalise des encaissements
- 4.17** Prend des commandes
- 4.18** Prépare des livraisons

5. Mise en place des opérations promotionnelles

- 5.1** Réalise des décors et des aménagements
- 5.2** Installe des têtes de gondoles, podium, stands, ateliers...
- 5.3** Met en scène les produits en tête de gondole ou rayons
- 5.4** Anime, le cas échéant, les événementiels saisonniers
- 5.5** Conduit la dégustation du produit
- 5.6** Réalise l'affichage promotionnel

6. Suivi client

- 6.1** Applique la démarche de fidélisation
- 6.2** Note et remonte les avis et informations des clients
- 6.3** Prend en charge les réclamations et les retours de marchandise
- 6.4** Consigne les réclamations et les remarques des clients.

SITUATIONS PROFESSIONNELLES SIGNIFICATIVES DE LA COMPÉTENCE (SPSC)



CHAMPS DE COMPÉTENCES	SITUATIONS PROFESSIONNELLES SIGNIFICATIVES DE LA COMPÉTENCE	FINALITÉS
Organisation du travail dans le point de vente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Application des procédures d'organisation du point de vente ■ Analyse des écarts entre le prévisionnel et les réalisations 	Contribuer à l'évolution et au développement des ventes et des services du point de vente dans le cadre des choix stratégiques de l'entreprise et de l'enseigne.
Relation client	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prise en charge d'un client sur un point de vente ■ Informations au client sur les caractéristiques des produits ■ Préparation d'une commande 	Satisfaire et fidéliser le client en lui proposant des produits adaptés à ses attentes et à ses besoins
Gestion des rayons	<ul style="list-style-type: none"> ■ Réception des produits commandés ■ Suivi de l'état des ventes et des stocks ■ Implantation d'un rayon ■ Mise en rayon 	Gérer le rayon en optimisant le stock
Manipulation des produits alimentaires frais	<ul style="list-style-type: none"> ■ Installation d'un rayon de produits frais ■ Conditionnement des produits frais en accès libre ■ Préparation de plateaux ■ Entreposage des produits frais 	Proposer à la vente des produits alimentaires périssables conformes aux exigences d'hygiène et de sécurité alimentaire
Promotion des produits alimentaires et des vins et spiritueux	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mise en place d'un espace promotionnel ■ Conduite d'une dégustation ■ Réalisation d'une animation 	Rendre attractif un espace de vente pour valoriser les produits alimentaires et/ou les vins et spiritueux.



RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

Le référentiel de compétences identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent.

Il correspond à la liste des capacités attestées par l'obtention du diplôme.

Les capacités sont de deux ordres :

- ▶ Des capacités générales, identiques pour tous les baccalauréats professionnels du ministère chargé de l'agriculture,
- ▶ Des capacités professionnelles spécifiques au baccalauréat professionnel spécialité « technicien conseil vente en alimentation (produits alimentaires et boissons) », identifiées à partir des situations professionnelles significatives.

CAPACITÉS PROFESSIONNELLES

Les capacités professionnelles qui constituent le référentiel de compétences ont été élaborées en référence aux champs de compétences et aux situations professionnelles significatives présentées à la fin du référentiel d'activités. Elles précisent ce que le titulaire du baccalauréat professionnel « Technicien Conseil Vente en alimentation » est en mesure de faire à l'issue de la formation. Une capacité exprime le potentiel d'une personne à maîtriser un ensemble de situations de même nature au plan de la compétence. Les capacités ne couvrent pas toutes les situations professionnelles, mais ciblent les plus représentatives.

C5 Élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon

C.5.1 Situer le produit sur le marché

C.5.2 Proposer des actions commerciales en vue de l'implantation d'un produit

C6 Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente

C6.1 Réguler son activité par des échanges avec sa hiérarchie

C6.2 Rendre compte d'observations susceptibles d'avoir une influence sur la politique commerciale

C7 Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier

C7.1 Conseiller un client

C7.2 Réaliser une vente

C8 Assurer la gestion d'un rayon de produits alimentaires

C8.1 Gérer le rayon et son approvisionnement

C8.2 Préparer à la vente des produits

C9 Animer un espace de vente de produits alimentaires

C9.1 Installer des espaces de vente promotionnels

C9.2 Organiser des animations autour des produits alimentaires

C10 S'adapter à des enjeux professionnels particuliers



BLOCS DE COMPÉTENCES

4 BLOCS DE COMPÉTENCES ET CAPACITÉS GÉNÉRALES

BLOC	UNITÉ	CAPACITÉS
«Communiquer dans un contexte social et professionnel en mobilisant des références culturelles»	U1	<p>C1 Communiquer dans un contexte social et professionnel en mobilisant des références culturelles</p> <p>C1.1 Identifier les principaux enjeux de la communication médiatisée et interpersonnelle</p> <p>C1.2 Exploiter une recherche d'informations en réponse à un besoin professionnel, social ou culturel</p> <p>C1.3 Utiliser des techniques et des références littéraires, culturelles ou artistiques pour s'exprimer</p> <p>C1.4 Argumenter un point de vue</p> <p>C1.5 Interpréter des faits ou événements sociaux du monde actuel à l'aide des outils de l'histoire et de la géographie</p>
«Communiquer dans une langue étrangère dans les situations courantes de la vie professionnelle»	U2	<p>C2 Communiquer dans une langue étrangère dans les situations courantes de la vie professionnelle</p> <p>C2.1 Communiquer à l'oral</p> <p>C2.2 Communiquer à l'écrit</p>
«Développer sa motricité»	U3	C3 Développer sa motricité
«Mettre en œuvre des savoirs et savoir-faire scientifiques et techniques»	U4	<p>C4 Mettre en œuvre des savoirs et savoir-faire scientifiques et techniques</p> <p>C4.1 Résoudre des problèmes en mobilisant des outils et des raisonnements mathématiques</p> <p>C4.2 Utiliser les technologies de l'information et de la communication de manière raisonnée et autonome</p> <p>C4.3 Expliquer des faits scientifiques à l'aide des outils et des raisonnements de la physique et de la chimie</p> <p>C4.4 Expliquer des enjeux liés au monde vivant</p>

6 BLOCS DE COMPÉTENCES ET CAPACITÉS PROFESSIONNELLES SPÉCIFIQUES DU BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL TCVA

BLOC	UNITÉ	CAPACITÉS
«Élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon»	U5	C5 Élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon
«Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente»	U6	C6 Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente
«Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier»	U7	C7 Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier
«Assurer la gestion d'un rayon»	U8	C8 Assurer la gestion d'un rayon de produits alimentaires
«Animer un point de vente de produits alimentaires»	U9	C9 Animer un espace de vente de produits alimentaires
«S'adapter à des enjeux professionnels particuliers»	U10	C10 S'adapter à des enjeux professionnels particuliers



RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION

Le référentiel d'évaluation présente les modalités d'évaluation

et les critères retenus pour l'évaluation des capacités du référentiel de compétences permettant la délivrance du baccalauréat professionnel « Technicien conseil vente en alimentation (produits alimentaires et boissons) »



TABLEAUX DES ÉPREUVES

CANDIDATS EN CCF

E1 : Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C1- Communiquer dans un contexte social et professionnel en mobilisant des références culturelles			MG1
C1.1- Identifier les principaux enjeux de la communication médiatisée et interpersonnelle	CCF	1	
C1.2- Exploiter une recherche d'informations en réponse à un besoin professionnel, social ou culturel			
C1.3- Utiliser des techniques et des références littéraires, culturelles ou artistiques pour s'exprimer			
C1.4- Argumenter un point de vue	EPT	2	
C1.5- Interpréter des faits ou événements sociaux du monde actuel à l'aide des outils de l'histoire et de la géographie		1	

E2 : Langue et culture étrangères

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C2- Communiquer dans une langue étrangère dans les situations courantes de la vie professionnelle	CCF	1	MG2

E3 : Motricité, santé et socialisation par la pratique des APSAES

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C3- Développer sa motricité	CCF	1	MG3

E4 : Culture scientifique et technologique

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C4- Mettre en œuvre des savoirs et savoir-faire scientifiques et techniques			MG4
C4.1- Résoudre des problèmes en mobilisant des outils et des raisonnements mathématiques	EPT	1,5	
C4.2- Utiliser les technologies de l'information et de la communication de manière raisonnée et autonome	CCF	2,5	
C4.3- Expliquer des faits scientifiques à l'aide des outils et des raisonnements de la physique et de la chimie			
C4.4- Expliquer des enjeux liés au monde vivant			

ÉPREUVES PROFESSIONNELLES

E5 : Choix techniques

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C5- Élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon	EPT	2	Modules professionnels
C5.1- Situer le produit sur le marché			
C5.2- Proposer des actions commerciales en vue de l'implantation d'un produit			

E6 : Expérience en milieu professionnel Capacité à certifier

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C6- Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente	EPT	3	MP1
C6.1- Réguler son activité par des échanges avec sa hiérarchie			
C6.2- Rendre compte d'observations susceptibles d'avoir une influence sur la politique commerciale			

E7 : Pratiques professionnelles

CAPACITÉ À CERTIFIER	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
C7- Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier	CCF	5	MP2 MP3 MP4 MP5 MP6 MAP
C7.1- Conseiller un client			
C7.2- Réaliser une vente			
C8- Assurer la gestion d'un rayon de produits alimentaires			
C8.1- Gérer le rayon et son approvisionnement			
C8.2- Préparer à la vente des produits			
C9- Animer un espace de vente de produits alimentaires			
C9.1- Installer des espaces de vente promotionnels			
C9.2- Organiser des animations autour des produits alimentaires			
C10- S'adapter à des enjeux professionnels particuliers			

Épreuve facultative

Épreuve facultative n°1	CCF	points au dessus de 10
Épreuve facultative n°2	CCF	points au dessus de 10

CANDIDATS EN CCF

Pour les candidats hors CCF, toutes les épreuves sont ponctuelles terminales (EPT) sauf les épreuves facultatives.

ÉPREUVES	CAPACITÉ	MODALITÉ(S)	COEFF	MODULE(S)
E1 : Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde	C1	écrit	4	MG1
E2 : Langue et culture étrangères	C2	oral	1	MG2
E3 : Motricité, santé et socialisation par la pratique des APSA	C3	pratique	1	MG3
E4 : Culture scientifique et technologique	C4	écritécrit	4	MG4
E5 : Choix techniques	C5	oral + dossier écrit	2	Modules professionnels
E6 : Expérience en milieu professionnel	C6	oral + dossier produit par le candidat	3	MP1
E7 : Pratiques professionnelles	C7 C8 C9 C10		5	MP2 MP3 MP4 MP5 MP6 MAP
Épreuve facultative n°1			points au dessus de 10	
Épreuve facultative n°2		Se référer à la note de service en vigueur	points au dessus de 10	

MODALITÉS D'ÉVALUATION



L'examen du baccalauréat professionnel comporte sept épreuves obligatoires et, le cas échéant, une à deux épreuves facultatives. Elles permettent de vérifier l'atteinte de toutes les capacités globales du référentiel de compétences.

L'examen prend en compte la formation en milieu professionnel. Il est organisé par combinaisons entre des épreuves ponctuelles terminales et des épreuves évaluées par contrôles certificatifs en cours de formation (CCF) pour les scolaires, les apprentis et les stagiaires de la formation continue inscrits dans un établissement habilité à la mise en œuvre du CCF.

L'examen est organisé en épreuves ponctuelles terminales pour les candidats hors CCF.

Définition de l'épreuve E1

Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde.

Elle valide la capacité C1.
Elle est affectée du coefficient 4.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose :

- d'une épreuve ponctuelle terminale écrite en deux parties de 2 heures chacune :
- une partie affectée du coefficient 2, dont la correction est effectuée par les enseignants de français,
- une partie affectée du coefficient 1, dont la correction est effectuée par les enseignants d'histoire et géographie,
- de 3 CCF affectés du coefficient 1.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve ponctuelle terminale écrite en deux parties de 2 heures chacune :

- une partie affectée du coefficient 2, dont la correction est effectuée par les enseignants de français,
- une partie affectée du coefficient 2, dont la correction est effectuée par les enseignants d'histoire et géographie.

Définition de l'épreuve E2

Langue et culture étrangères

L'épreuve valide la capacité C2.

Elle est affectée du coefficient 1.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle comprend 2 CCF évaluant les 5 activités langagières.

Pour les candidats hors CCF, elle prend la forme d'une épreuve orale durée maximale de 20 minutes.

Les candidats disposent de 20 minutes pour la préparation.

L'épreuve atteste du niveau B1+ du CECRL.

Définition de l'épreuve E3

Motricité, santé et socialisation par la pratique des APSA

L'épreuve valide la capacité C3.

Elle est affectée du coefficient 1.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose de 3 CCF à partir de 3 APSA différentes choisies dans une liste définie au niveau national et régional.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve pratique qui porte sur 1 APSA choisie dans une liste définie au niveau national et régional.

Définition de l'épreuve E4

Culture scientifique et technologique

L'épreuve valide la capacité C4.

Elle est affectée d'un coefficient 4.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose :

- d'une épreuve ponctuelle terminale écrite de deux heures, affectée du coefficient 1,5, dont la correction est effectuée par les enseignants de mathématiques,
- de 3 CCF affectés du coefficient 2,5.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve ponctuelle terminale écrite en deux parties de 2 heures chacune :

- une partie affectée du coefficient 2, dont la correction est effectuée par les enseignants de mathématiques,
- une partie affectée du coefficient 2, dont la correction est effectuée par les enseignants de physique-chimie et de biologie-écologie.

Définition de l'épreuve E5

Choix techniques

L'épreuve valide la capacité C5 « **Élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon** ».

Elle est affectée du coefficient 2.

C'est une **épreuve ponctuelle terminale écrite** d'une durée de 2h30. Elle est identique pour les candidats en CCF ou hors CCF.

La correction est effectuée par un enseignant de Sciences et Techniques professionnelles (Génie alimentaire) et un enseignant de Sciences Economiques Sociales et de Gestion / Gestion commerciale.

L'évaluation est réalisée à partir d'une grille nationale.

L'épreuve repose sur une ou des situations à caractère professionnel présentées sous forme de documents en nombre limité.

Cette épreuve permet de vérifier que le candidat dans une situation contextualisée est capable de mobiliser des savoirs scientifiques, techniques et commerciaux pour évaluer la compétence à raisonner des choix de produits ou de gammes dans le point de vente et à proposer des actions commerciales pour accompagner les décisions d'implantation prises.

Définition de l'épreuve E6

Expérience en milieu professionnel

L'épreuve E6 valide la capacité C6 « Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente ». Il s'agit d'une **épreuve ponctuelle terminale orale** identique pour les candidats en CCF et hors CCF.

Elle est affectée du coefficient 3.

Elle s'appuie sur un document écrit obligatoire rédigé par le candidat, portant sur des situations professionnelles en relation avec la capacité. Ce document comprend 20 pages dont 5 pages d'annexes maximum. Le document écrit est remis par le candidat en 3 exemplaires avant l'épreuve selon les modalités définies par l'autorité académique pour transmission préalable aux examinateurs. Tout candidat n'ayant pas transmis son document ne sera pas autorisé à présenter l'épreuve E6. Le candidat sera alors considéré comme « absent » à l'épreuve.

L'épreuve E6 se déroule en deux temps :

- 10 minutes de présentation par le candidat
- 15 minutes d'entretien avec les examinateurs.

L'évaluation est réalisée à partir d'une grille critériée nationale.

Les examinateurs sont :

- un enseignant de SESG / Gestion Commerciale,
- un enseignant de Sciences et Techniques professionnelles (Génie alimentaire ou viticulture œnologie)
- un professionnel du secteur.

Définition de l'épreuve E7

Pratiques professionnelles

Elle valide les capacités C7 à C10.

Elle est affectée du coefficient 5.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, l'épreuve comporte 5 CCF.

Pour les candidats hors CCF : L'épreuve E7 prend la forme d'une épreuve ponctuelle terminale pluridisciplinaire orale d'une durée de 30 minutes. Elle a pour support un dossier technique et économique composé de plusieurs fiches, produit par le candidat à partir de son expérience en milieu professionnel. L'épreuve permet de vérifier l'aptitude du candidat à répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier, assurer la gestion d'un rayon, animer un point de vente, s'adapter à des enjeux professionnels particuliers. Les examinateurs soumettent au candidat une question portant sur une situation professionnelle en lien avec son dossier. Aucun support de communication autre que le dossier mentionné plus haut n'est autorisé pour l'oral.

Le candidat dispose de 30 minutes pour préparer sa présentation.

L'épreuve se déroule en 2 temps :

- 10 minutes de présentation par le candidat, centrée sur la question posée
- 20 minutes d'entretien avec les examinateurs prenant appui sur la présentation, complété par des questions exploratoires portant sur le dossier et/ou sur les acquis de l'expérience en milieu professionnel en lien avec les capacités évaluées.

L'évaluation est effectuée à l'aide d'une grille critériée nationale.

Les examinateurs sont :

- un enseignant de SESG / Gestion Commerciale
- un enseignant de Sciences et Techniques professionnelles (Génie alimentaire ou viticulture œnologie)
- un professionnel du secteur.

Le dossier écrit est remis par le candidat en 3 exemplaires avant l'épreuve selon les modalités définies par l'autorité académique pour transmission préalable aux examinateurs. Tout candidat n'ayant pas transmis son dossier ne sera pas autorisé à présenter l'épreuve E7. Le candidat sera alors considéré comme « absent » à l'épreuve.

Définition des épreuves facultatives n°1 et n°2

Le candidat peut choisir une ou deux épreuves facultatives parmi les enseignements/unités facultatifs possibles. Les conditions sont fixées par la réglementation en vigueur relevant du ministre en charge de l'agriculture. Seuls les points excédant 10 sur 20 sont pris en compte pour le calcul de la moyenne générale en vue de l'obtention du diplôme et de l'attribution d'une mention.

Les modalités et les critères d'évaluation des capacités professionnelles

CAPACITÉS		CRITÈRE	MODALITÉS D'ÉVALUATION
C5 Elaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon	5.1 Situer le produit sur son marché	<ul style="list-style-type: none"> ■ Identification des éléments clés du marché ■ Identification du positionnement produit 	EPT
	5.2 Proposer des actions commerciales en vue de l'implantation d'un produit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adéquation du choix des propositions aux objectifs commerciaux et aux caractéristiques techniques du produit ■ Anticipation des modalités de mise en œuvre 	
C6 Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente	6.1 Réguler son activité par des échanges avec sa hiérarchie	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rapport pertinent des informations ■ Mise en œuvre d'une communication adaptée 	EPT
	6.2 Rendre compte d'observations susceptibles d'avoir une influence sur la politique commerciale	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caractérisation d'une situation commerciale singulière ■ Analyse qualitative et quantitative de la situation ■ Proposition d'évolutions au responsable 	
C7 Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier	7.1 Conseiller un client	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diagnostic du besoin du client ■ Formulation d'un conseil adapté au besoin du client 	CCF
	7.2 Réaliser une vente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adaptation des techniques de vente à la situation ■ Maîtrise de l'argumentation produit ■ Maîtrise des éléments financiers liés à la vente 	
C8 Assurer la gestion d'un rayon de produits alimentaires	8.1 gérer le rayon et son approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adaptation de l'assortiment aux objectifs du point de vente ■ Optimisation de l'approvisionnement du rayon ■ Mise en œuvre du merchandising de séduction 	CCF
	8.2 Préparer à la vente des produits	<ul style="list-style-type: none"> ■ Justification des choix techniques ■ Application des dispositions réglementaires 	CCF
C9 Animer un espace de ventes de produits alimentaires	9.1 Installer des espaces de vente promotionnels	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adaptation de l'espace à la commande ■ Optimisation des ressources pour sa mise en œuvre ■ Qualité de l'aménagement de l'espace de vente 	CCF
	9.2 Organiser des animations autour des produits alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> ■ Contribution au travail d'équipe ■ Animation de l'espace pendant l'action ■ Analyse des résultats obtenus 	
C10	S'adapter à des enjeux professionnels particuliers	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les critères d'évaluation laissés à l'appréciation de l'évaluateur 	CCF



RÉFÉRENTIEL DE FORMATION



PRÉSENTATION ET ARCHITECTURE DE FORMATION

Modules d'enseignement général

MG1	Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde	308h
MG2	Langue et culture étrangères	98h
MG3	Motricité, santé et socialisation par la pratique des activités physiques, sportives et artistiques	112h
MG4	Culture scientifique et technologique	280h

Modules d'enseignement professionnel (hors pluridisciplinarité)

MP1	Etude opérationnelle du point de vente	112h
MP2	Expertise conseil en produits alimentaires	126h
MP3	Conduite de la vente	98h
MP4	Optimisation du fonctionnement du rayon	84h
MP5	Qualité et sécurité alimentaires	112h
MP6	Animation Commerciale	70h
MAP	Module d'adaptation professionnelle	56h

Activités pluridisciplinaires

Horaires affectés au domaine professionnel	112h
--	------

Stage(s) en milieu professionnel14 à 16 semaines

Stage collectif éducation à la santé et au développement durable..... 1 semaine

Le stage collectif éducation à la santé et au développement durable d'une durée d'une semaine, ou son équivalent fractionné, fait partie intégrante de la formation. Il est organisé sur le temps scolaire et vise l'éducation à la santé, à la sécurité et au développement durable en mettant l'accent sur l'action et une démarche de projet.

Ce stage poursuit des objectifs communs à travers les deux thématiques développées :

- induire une réflexion sur les conduites et les pratiques individuelles ou collectives,
- favoriser un comportement responsable dans la vie personnelle, sociale et professionnelle.

Il s'articule avec les modules MG3 et MG4 dont certains objectifs sont aussi liés au respect de la santé.

La sensibilisation des élèves aux dangers, aux risques professionnels et à leur prévention est aussi réalisée à travers les modules professionnels et les périodes en milieu professionnel.

Quant au développement durable, il est pris en compte dans ses trois composantes économique, sociale et environnementale dans l'ensemble des modules concernés, et plus particulièrement à travers la mise en œuvre des activités professionnelles.

Le stage collectif permet la réflexion et la mise en œuvre d'une action dans un cadre concret, en lien ou non avec le domaine professionnel.

L'implication de l'ensemble de la communauté éducative constitue un atout pour la réussite du projet mis en œuvre dans le cadre du stage collectif.

Le choix des thématiques et les compétences à développer est raisonné sur l'ensemble du cursus.

Enseignements à l'initiative de l'établissement 112h

L'organisation de ces enseignements est pilotée par l'établissement selon un projet pédagogique construit par l'équipe pédagogique de l'établissement et validée par le Conseil d'Administration.

Orientations proposées :

- consolidation de compétences méthodologiques : lecture de consignes, gestion de la trace écrite, organisation du travail, autonomie, appropriation de l'outil documentaire...
- consolidation de compétences civiques, sociales et professionnelles : droits de l'homme, citoyenneté, vie en société, respect d'autrui, projet sportif et/ou culturel, problématiques techniques...
- orientation, projet individuel et professionnel de l'élève, aide à la réussite, aide individualisée...

Ces enseignements participent de l'individualisation de la formation.

Horaires

La répartition des horaires par discipline est l'objet d'un arrêté spécifique "grille horaire" pour la voie scolaire.

Enseignements facultatifs et unités facultatives

Chaque apprenant peut choisir de suivre 1 ou 2 enseignements/unités facultatifs en classe de 1^{ère} ou terminale. Il se présente à l'épreuve ou aux épreuves en CCF correspondantes.

Liste des enseignements facultatifs

Les enseignements facultatifs pouvant être proposés dans les établissements d'enseignement agricole publics ou privés sous contrat sont les suivants :

- Langues vivantes : étrangères II ou III ou langues et cultures régionales ou langue des signes française
- Hippologie et équitation
- Pratiques professionnelles et projets
- Pratiques physiques et sportives
- Pratiques sociales et culturelles : pratiques culturelles et artistiques ou technologies de l'informatique et du multimédia

L'Unité facultative de mobilité valide les résultats d'une période de formation effectuée en milieu professionnel dans un Etat membre de l'Union européenne, de l'Espace économique européen ou de l'Association européenne de libre-échange, dans le cadre de la préparation au diplôme du baccalauréat professionnel.

L'Unité facultative « engagement citoyen » permet aux apprenants inscrits aux diplômes du baccalauréat professionnel de valoriser leur engagement citoyen dans et hors de l'établissement. L'évaluation de cette unité facultative s'appuie sur les acquis obtenus à l'occasion de situations d'engagement dans le cadre de la vie sociale des candidats



FORMATION À CARACTÈRE PROFESSIONNEL

Défis sociétaux

L'ensemble de la formation contribue, par les mises en situation pédagogiques, par les questionnements induits et par les contenus abordés, à former les élèves au développement durable pour répondre aux besoins actuels et futurs de la société dans les territoires. La formation vise à rendre les élèves capables de mobiliser et de mettre en perspective des savoirs, des expériences vécues, par une prise en compte conjointe de la performance environnementale, de la performance sociale et de la performance économique. Cette démarche, en lien avec l'agro-écologie, permet de mettre en évidence la complexité des systèmes d'organisation, de production et de décision, dépassant ainsi une simple connaissance des modèles. Les modules d'enseignements généraux et professionnels contribuent de façon systémique à aborder les relations entre les territoires et les sociétés, les nouveaux modes de production et de consommation des aliments en prenant en compte le bien-être animal. Tous les modules pourront s'appuyer sur les innovations technologiques associées au numérique. Les séquences pluridisciplinaires, les semaines de stages collectifs sont autant de séances pédagogiques favorisant la mise en situation des élèves en les impliquant dans une réflexion en lien avec des questions socialement vives. L'ensemble du dispositif de formation de ce baccalauréat contribue ainsi à former des citoyens acteurs et responsables face aux défis liés aux dynamiques diversifiées d'évolution des territoires, aux services à apporter à la population, à l'évolution des activités et des métiers dans les espaces ruraux.

La formation professionnelle est définie en lien direct avec le référentiel professionnel et en continuité de la formation dispensée en classe de seconde professionnelle "Conseil-vente". Elle vise une professionnalisation au niveau 4. Elle comprend une formation en milieu professionnel. Sous statut scolaire, la formation se déroule sur deux années soit 56 semaines auxquelles s'ajoutent des stages de formation en milieu professionnel.

Pour l'ensemble de la formation professionnelle, une place prépondérante est accordée à la découverte du milieu professionnel, par la valorisation des expériences en milieu professionnel, des interventions de professionnels, des visites d'entreprises du secteur alimentaire. L'univers des « produits alimentaires » est ici à considérer au sens large et inclut l'univers des boissons au sens large comprenant les vins spiritueux, bières et cidres, et les BRSA (boissons rafraîchissantes sans alcool).

La formation professionnelle est centrée sur l'acquisition des compétences technico-commerciales liées à la vente de produits alimentaires tant en termes de conseil vente que de marchandisage et de gestion du rayon en prenant

en compte l'expertise produit propre aux secteurs d'activité. Les dimensions alimentation durable et environnementales sont prises en compte au même titre que les dimensions sociales et économiques.

Les contenus enseignés doivent l'être au regard des capacités professionnelles visées et ne pas rester purement théoriques. Les enseignements doivent être contextualisés et mis en œuvre au plus près de la réalité du travail.

L'ensemble des modules professionnels participe à la sensibilisation aux bonnes pratiques professionnelles (déontologie commerciale, protection de l'environnement,...).

La formation professionnelle compte les modules professionnels suivants :

Les modules professionnels suivants :

- MP1 : Etude opérationnelle du point de vente
- MP2 : Expertise conseil en produits alimentaires
- MP3 : Conduite de la vente
- MP4 : Optimisation du fonctionnement du rayon
- MP5 : Qualité et sécurité des produits alimentaires
- MP6 : Animation Commerciale
- MAP : Module d'adaptation professionnelle

Le module d'adaptation professionnelle (MAP) poursuit les objectifs suivants :

- Permettre une adaptation de la formation au territoire et au contexte de l'établissement,
- Ouvrir la formation dans des domaines reflétant la diversité des activités.

La formation professionnelle présente des modalités pédagogiques particulières :

Les activités pluridisciplinaires centrées sur l'enseignement professionnel permettent d'aborder une thématique dans ses différentes dimensions en mobilisant les acquis de différentes disciplines.

Les activités pluridisciplinaires sont réparties autour des thématiques suivantes :

- Analyse qualité de l'offre et du service en magasin ;
- Raisonnement d'un assortiment et du choix de fournisseurs ;
- Entretien de vente en langue étrangère ;
- Entretien de vente mobilisant l'expertise produit ;
- Expertise produits : approche territoriale et écocitoyenne, innovation, pratiques de consommation, association des produits ;
- Préparation de l'animation commerciale.

Les activités professionnelles sont mises en œuvre sur le point de vente et/ ou l'atelier pédagogique qui peuvent servir de terrain de mise en pratique, mais aussi dans le cadre de partenariats.

L'étude d'un cas dans le cadre du MP1 « Etude opérationnelle du point de vente » doit s'appuyer sur un partenariat approfondi avec les structures d'accueil.

Dans le cadre des travaux pratiques encadrés une semaine sera consacrée à la réalisation de l'action commerciale en lien avec le module MP6 « Animation Commerciale ». Cette semaine pourra être soit une semaine bloquée, soit être mobilisée de façon fragmentée pour s'adapter à l'action envisagée.

La formation en milieu professionnel :

La formation en milieu professionnel représente 14 à 16 semaines, sur les deux années du cycle terminal, dont 12 sont prises sur la scolarité. Elles sont consacrées au(x) stage(s) individuel(s) en entreprises.

Les 14 semaines de stage (dont 12 prises sur la scolarité) préparent en particulier, aux épreuves E6 « Expérience en milieu professionnel » et E7 « Pratiques professionnelles ».

Parmi celles-ci :

- ▶ 8 semaines au moins ont lieu dans une même entreprise et seront support de l'épreuve E6 « Expérience en milieu professionnel ». Cette entreprise doit être une entreprise du secteur de la distribution des produits alimentaires. L'univers des « produits alimentaires » est ici à considérer au sens large et inclus l'univers des boissons au sens large comprenant les vins spiritueux, bières et cidres, et les BRSA (boissons rafraîchissantes sans alcool) ;
- ▶ 4 semaines au plus peuvent se dérouler dans des lieux de stages complémentaires permettant la préparation à l'atteinte des capacités visées (C6 à C9) ;
- ▶ 2 semaines peuvent être consacrées à des stages d'ouverture en liaison avec le MAP ou le projet personnel de l'élève.

Au-delà des 14 semaines, les établissements scolaires ont la possibilité de proposer, à titre individuel ou pour des groupes restreints d'élèves de la classe, de 1 à 2 semaine(s) supplémentaire(s) de stage prises sur la scolarité. Dans le cadre d'un parcours différencié, cette disposition peut être mise en œuvre tout au long de la formation pour certains élèves dont le projet de formation vise en priorité l'insertion professionnelle. Ce contexte de formation particulier est proposé à des élèves identifiés par l'équipe pédagogique comme pouvant en tirer parti. Toutes les organisations pour la mise en place de la ou des semaine(s) supplémentaire(s) sont possibles (journées, semaine(s) alternée(s) avec les enseignements en établissement ou semaines cumulées...) ».

Santé et sécurité au travail

La formation professionnelle intègre les préoccupations de la santé et de la sécurité au travail, en particulier la prévention des risques professionnels.

Le jeune en formation identifie les principales activités à risques, les principaux dangers et dommages afin qu'il préserve sa santé et sa sécurité et celles de son entourage.

Il s'agit d'accompagner le futur professionnel dans une démarche de prévention adaptée aux situations de travail auxquelles il peut être confronté.

Une attention particulière sera portée à l'application de principes de sécurité physique, d'ergonomie et d'économie de l'effort dans les situations professionnelles développées.

La formation poursuit un double objectif, enseigner en sécurité et éduquer à la santé et sécurité au travail et a une double finalité : la sécurité immédiate des jeunes en formation et la prévention des risques par l'éducation.

Au-delà de l'éducation du citoyen au développement durable, visée dans le stage collectif, la formation professionnelle prend en compte les préoccupations de durabilité dans ses diverses dimensions économique, sociale et environnementale.

Pour cela, la formation professionnelle apporte des savoirs socio-économique, scientifique, historique et culturel nécessaires à la compréhension des enjeux du développement durable et des savoirs et savoir-faire scientifiques et techniques appropriés pour développer une activité professionnelle adaptée.

Dans le cadre de l'autonomie des établissements, il peut être proposé aux apprenants des formations aux premiers secours ou de sauveteur secouriste du travail.



MODULES DE FORMATION

MODULE MG1

Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde

Objectif général du module : Mobiliser des éléments d'une culture humaniste pour se situer et s'impliquer dans son environnement social et culturel.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Analyser, comparer, produire des discours écrits et oraux, développer sa culture littéraire et son esprit critique	Français	112h
Analyser et pratiquer différentes formes d'expression et de communication pour enrichir sa relation à l'environnement social et culturel	ESC	84h
Analyser et interpréter des faits historiques et géographiques pour comprendre le monde	Histoire-Géographie	84h
Répondre à un besoin d'information professionnel ou culturel en mobilisant la connaissance de l'information - documentation	Documentation	28h

MODULE MG2

Langue et culture étrangères

Objectif général du module : Communiquer en langue étrangère dans des situations sociales et professionnelles en mobilisant des savoirs langagiers et culturels.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Comprendre la langue orale	Langue vivante	98h
S'exprimer à l'oral en interaction		
S'exprimer à l'oral en continu		
Comprendre la langue écrite		
S'exprimer par écrit		
Niveau B1+ (utilisateur indépendant de niveau seuil) du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues		

MODULE MG3

Motricité, santé et socialisation par la pratique des activités physiques, sportives et artistiques

Objectif général du module : Acquérir des connaissances et construire des compétences motrices pour devenir un citoyen physiquement et socialement éduqué.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Mobiliser ses ressources et développer son intelligence motrice par la diversité des activités physiques, sportives artistiques	EPS	112h
Gérer sa vie physique et sociale en vue d'entretenir sa santé et d'assurer sa sécurité		
Accéder au patrimoine culturel des activités physiques et sportives		
Ces objectifs s'appuient sur les finalités des programmes de l'EPS affichées dans les textes officiels du ministère de l'Éducation Nationale et du ministère chargé de l'Agriculture.		

MODULE MG4

Culture scientifique et technologique

Objectif général du module : Mobiliser des éléments d'une culture scientifique et technologique pour se situer et s'impliquer dans son environnement social et culturel.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Mobiliser des techniques et des concepts mathématiques liés aux domaines statistique-probabilités, algèbre-analyse et géométrie pour résoudre des problèmes dans des champs d'applications divers	Mathématiques	112h
Mobiliser des savoirs et utiliser des démarches scientifiques pour mesurer des enjeux liés au monde vivant en matière d'environnement, d'alimentation et de santé	Biologie-Écologie	70h
Mobiliser des savoirs et utiliser des démarches scientifiques pour analyser, interpréter et utiliser des informations liées aux propriétés de l'eau, des solutions aqueuses, des bio-molécules, de quelques systèmes mécaniques en équilibre et de certaines formes d'énergies	Physique chimie	70h
Raisonner l'utilisation des outils informatiques et s'adapter à l'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)	Informatique	28h

MODULE MP1

Étude opérationnelle du point de vente

Objectif général du module : Situer l'activité du conseiller vendeur dans la structure commerciale pour lui permettre de contribuer à l'évolution et au développement des ventes et des services proposés.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Situer le point de vente dans sa zone de chalandise	Sciences économiques, sociales et de gestion commerciale (SESG/GC)	112h
Analyser les statuts et attributions des personnels commerciaux en magasin		
Contribuer à la politique commerciale du point de vente		

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.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Identifier la demande du client d'un point de vue technique	Biologie STP (Viti-œnologie et/ou GA)	28h 98h
Proposer une solution technique adaptée à la demande du client répondant aux enjeux de la transition agro écologique		
Promouvoir une alimentation durable		

MODULE MP3

Conduite de la vente

Objectif général du module : Fidéliser les clients par la qualité de la prestation de vente en appliquant la politique de l'enseigne.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Adapter son attitude aux métiers de la vente	SESG/GC	98h
Accueillir et conseiller le client en libre-service assisté		
Conduire une vente		
Exercer des missions complémentaires dans le point de vente		

MODULE MP4

Optimisation du fonctionnement du rayon

Objectif général du module : Développer l'attractivité et la performance du linéaire dans un univers concurrentiel multicanal.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Découvrir les espaces de vente physiques et virtuels	SESG/GC	84h
Assurer la gestion courante du rayon		
Conduire une implantation ou une réimplantation d'un rayon		
Mesurer la rentabilité du rayon		

MODULE MP5

Qualité des produits alimentaires et hygiène

Objectif général du module : Maintenir la qualité des produits alimentaires exposés sur le lieu de vente.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Assurer la réception des produits alimentaires	STP (GA et ou VO)	28 h (14h dédoublés à 19 et 14h à 27)
Organiser la mise en rayon des produits alimentaires dans des conditions optimales		
Intervenir sur l'espace de vente afin de maintenir une présentation valorisante dans un contexte de durabilité et de sécurité sanitaire	Biochimie	28h
Préparer les produits alimentaires achetés par un client dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité	STP (GA)	56h (dont 28h dédoublés à 19)
Apprécier la qualité organoleptique et perceptions sensorielles des aliments		

MODULE MP6

Animation Commerciale

Objectif général du module : Mettre en œuvre des opérations commerciales pour développer les ventes et la notoriété du point de vente.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Proposition d'actions pour enrichir l'expérience client	STP (VO et/ou GA SESG/GC	28h 42h
Mise en œuvre d'une dégustation		
Conduite d'une animation commerciale		

MODULE D'ADAPTATION PROFESSIONNELLE (MAP)

Objectif général du module : S'adapter à des enjeux professionnels particuliers.

Le module d'adaptation professionnelle (MAP) peut être l'occasion d'aborder des dimensions spécifiques à la commercialisation de gammes ou types de produits spécifiques, mais aussi s'initier à des techniques de vente particulières ou à des organisations commerciales innovantes.

Il est essentiel que le MAP cible une compétence professionnelle formulée sous forme de capacité. Il ne se définit pas uniquement par une thématique.

OBJECTIFS DU MODULE	DISCIPLINE	HORAIRE
Permettre une adaptation de la formation au territoire et au contexte des établissements	Sciences et techniques professionnelles	56h
Ouvrir la formation dans des domaines reflétant la diversité des activités		

RÉPARTITION DE LA PLURIDISCIPLINARITÉ

Thématiques à adapter par les équipes pédagogiques en fonction du contexte local.

THÈMES INDICATIFS	HORAIRE	MODULES	DISCIPLINES
Analyse qualité de l'offre et du service en magasin Analyse comparée GMS / petits commerces, circuits alternatifs	14h	MP1	SESG-GC, STA ou VO
Raisonnement d'un assortiment et du choix des fournisseurs	14h	MP1	SESG-GC, STA ou VO
Entretien de vente en langue étrangère	14h	MP3	SESG-GC, LV
Entretien de vente mobilisant l'expertise produit	14h	MP2 MP3 MP5	SESG-GC, STA ou VO
Expertise produits : approche territoriale et écocitoyenne, innovation, pratiques de consommation, association des produits, pratiques	28h	MP2 MP5	STA, VO, biologie écologie
Préparation de l'animation commerciale	14h	MP6	SESG-GC, STA ou VO
A définir par l'équipe pédagogique	14h		HNA
Total	112h		

LES UNITÉS DE FORMATION



MODULE MG1

Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde

Objectif général du module : Mobiliser des éléments d'une culture humaniste pour se situer et s'impliquer dans son environnement social et culturel.

Objectifs du module

Objectif 1	Analyser, comparer, produire des discours écrits et oraux, développer sa culture littéraire et son esprit critique.
Objectif 2	Analyser et pratiquer différentes formes d'expression et de communication pour enrichir sa relation à l'environnement social et culturel.
Objectif 3	Analyser et interpréter des faits historiques et géographiques pour comprendre le monde.
Objectif 4	Répondre à un besoin d'information professionnel ou culturel en mobilisant la connaissance de l'information- documentation.

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Le module d'enseignement général « Langue française, langages, éléments d'une culture humaniste et compréhension du monde » a pour finalité la maîtrise de l'expression orale et écrite, l'acquisition de connaissances, de valeurs et de langages communs.

Il doit permettre à l'élève, l'apprenti et l'adulte en formation :

- d'exprimer un jugement respectueux d'autrui,
- de réfléchir sur le monde d'aujourd'hui,
- de se confronter avec la production artistique d'hier et d'aujourd'hui, d'ici et d'ailleurs.

Le module MG1 aide à la formation d'opinions raisonnées, et favorise l'ouverture au monde et à la culture.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Analyser, comparer, produire des discours écrits et oraux, développer sa culture littéraire et son esprit critique

L'enseignement du français en baccalauréat professionnel vise à atteindre les trois objectifs suivants :

- entrer dans l'échange oral : écouter, réagir, s'exprimer ;
- entrer dans l'échange écrit : lire, analyser, écrire ;
- devenir un lecteur compétent et critique : confronter des savoirs et des valeurs

1.1- Ecrire pour soi et pour les autres

- 1.1.1- Résumer, rendre compte, expliquer, justifier
- 1.1.2- Produire des écrits à finalité professionnelle
- 1.1.3- Rédiger un discours argumentatif, prendre en compte la thèse adverse, énoncer un point de vue, le soutenir par des arguments, conclure (sujets de société, d'actualité, confrontation de valeurs)
- 1.1.4- Pratiquer l'écriture d'invention
- 1.1.5- Respecter les codes de la langue écrite, utiliser des procédés stylistiques

1.2- Échanger à l'oral : s'exprimer, écouter, réagir

- 1.2.1- Mettre en voix (théâtre, poésie)
- 1.2.2- Reformuler, exposer, débattre
- 1.2.3- Exprimer un point de vue nuancé (les valeurs d'aujourd'hui et d'autrefois)
- 1.2.4- Maîtriser les procédés de la parole efficace (élocution, rhétorique)

1.3- Devenir un lecteur actif et critique

- 1.3.1- Mettre des œuvres en relation avec leur contexte historique (combats et engagements des XVIIIe, XIXe et XXe siècles)
- 1.3.2- Confronter sur une question de société des débats d'époques différentes
- 1.3.3- Analyser la dimension symbolique d'un personnage, d'une situation, d'une œuvre (mythes...)
- 1.3.4- S'interroger à partir de textes, d'œuvres, sur soi-même et son rapport au monde
- 1.3.5- Repérer, identifier et apprécier des procédés d'écriture

Objectif 2 : Analyser et pratiquer différentes formes d'expression et de communication pour enrichir sa relation à l'environnement social et culturel

L'enseignement de l'éducation socioculturelle repose sur trois composantes distinctes et complémentaires :

- la communication interpersonnelle à finalité sociale et professionnelle,
- la communication médiatisée,
- l'éducation artistique.

Il a pour finalité de :

- développer les capacités de relation favorisant l'insertion sociale et professionnelle,
- préparer à une participation active, éclairée et exigeante à la vie sociale, civique et culturelle par une meilleure maîtrise de l'information et de son traitement médiatique,

- sensibiliser à l'action culturelle par l'acquisition d'une culture artistique et par la réalisation de productions mobilisant des capacités de création, d'imagination et de socialisation.

2.1- Observer et analyser des situations de communication interpersonnelle pour améliorer ses relations sociales et professionnelles

- 2.1.1- Identifier les différents éléments d'une situation de communication
- 2.1.2- Mesurer l'importance du non-verbal dans la communication humaine
- 2.1.3- Diagnostiquer les difficultés à communiquer pour y remédier
- 2.1.4- Se préparer à différents types d'entretiens
- 2.1.5- Savoir intervenir dans différents types de réunions

2.2- Identifier les enjeux de la communication médiatisée pour se situer dans la vie sociale, civique et culturelle

- 2.2.1- Acquérir des méthodes de lecture de l'image
- 2.2.2- Analyser la diffusion de masse de l'information par les médias
- 2.2.3- Débattre du rôle des médias du point de vue éthique et civique et des enjeux citoyens de la nécessité de s'informer

2.3- Pratiquer une approche concrète du fait artistique

- 2.3.1- S'initier à des formes d'expression artistique et à leurs évolutions contemporaines
- 2.3.2- Analyser une œuvre artistique
- 2.3.3- Réaliser une production culturelle et artistique

Objectif 3 : Analyser et interpréter des faits historiques et géographiques pour comprendre le monde

Cet objectif permet d'appréhender des faits s'inscrivant dans le temps et l'espace, ce qui contribue à l'élaboration d'une pensée plus autonome.

On utilise des supports variés et des documents de nature différente (cartes, textes, documents iconographiques, etc.).

On veille à favoriser l'expression orale et écrite.

3.1- Étudier la France aux XIXe et XXe siècles

Distinguer les évolutions sociales en France de 1830 à 1970 : "Être ouvrier(e) en France de 1830 à 1970" ou "La République et le fait religieux depuis 1880"

3.2- Étudier la France dans l'Union européenne

- 3.2.1- Appréhender l'idée de l'Europe au XXème siècle
- 3.2.2- Caractériser la France dans l'Union européenne : "Les espaces productifs" ou "Les mobilités de la population"
- 3.2.3- Identifier les territoires en France et dans l'Union européenne

3.3- Étudier le monde au XXe siècle et au début du XXIe siècle

- 3.3.1- Caractériser les relations internationales depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale
- 3.3.2- Distinguer et interpréter les formes et les conséquences de la décolonisation
- 3.3.3- Caractériser l'évolution de la France depuis 1939

3.4- Étudier les territoires et la mondialisation

- 3.4.1- Analyser les flux et les réseaux de la mondialisation
- 3.4.2- Identifier les pôles, les aires de puissance et les périphéries
- 3.4.3- Cultures et mondialisation

Objectif 4 : Répondre à un besoin d'information professionnel ou culturel en mobilisant la connaissance de l'information - documentation

4.1- Décrypter l'information et son organisation dans la société contemporaine

4.1.1- *Identifier le besoin d'information*

4.1.2- *Réaliser une typologie de l'information et du document*

4.1.3- *Structurer ces éléments dans le contexte d'un système d'information documentaire (espace ressource, base de données, Web) au travers de l'analyse d'exemples concrets appartenant à la sphère culturelle ou professionnelle*

4.2- Traiter l'information pour un usage ciblé contribuant à la compréhension du relativisme culturel du monde contemporain (recherche, analyse et communication)

4.2.1- *Pratiquer de manière raisonnée la recherche documentaire (besoin, collecte et traitement de l'information)*

4.2.2- *Évaluer la qualité de l'information collectée (pertinence, validité, fiabilité)*

4.2.3- *Structurer l'information en vue de sa diffusion (ré-écriture, référencement, classement)*

4.2.4- *Se constituer une culture informationnelle au travers de l'élaboration d'un produit documentaire en relation avec les autres disciplines (document scriptovisuel, revue de presse, sitographie, dossier documentaire simplifié...)*

MODULE MG2

Langue et culture étrangères

Objectif général du module : Communiquer en langue étrangère dans des situations sociales et professionnelles en mobilisant des savoirs langagiers et culturels.

Objectifs du module

Objectif 1	Comprendre la langue orale.	
Objectif 2	S'exprimer à l'oral en interaction.	} dans des situations sociales et professionnelles
Objectif 3	S'exprimer à l'oral en continu.	
Objectif 4	Comprendre la langue écrite.	
Objectif 5	S'exprimer par écrit.	

Niveau B1+ (utilisateur indépendant de niveau seuil) du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Les enseignements de langues contribuent à l'enrichissement du rapport aux autres. Ils préparent ainsi à la mobilité dans un espace européen et international élargi.

On propose des supports et des activités permettant d'utiliser la langue dans des situations diverses, liées aux domaines professionnels, à la culture ou à la civilisation des pays dont on étudie la langue.

L'enseignement doit se fonder sur des situations de communication, dans lesquelles l'activité de l'apprenant est centrale.

On privilégie l'approche dite actionnelle : la langue est utilisée pour effectuer des tâches et mener à bien des projets proches de ceux que l'on peut réaliser dans la vie réelle. Cette démarche – dans laquelle l'usage des technologies de l'information et de la communication est aussi naturel qu'indispensable – donne du sens aux apprentissages car elle permet de mieux comprendre l'intérêt et la finalité des étapes conduisant à la réalisation d'une tâche communicative précise.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Le module de langue vivante a pour objectif d'amener l'apprenant au degré élevé du niveau seuil, B1+ tel que défini par le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Les cinq activités langagières doivent toutes faire l'objet d'un entraînement dans le cadre des formations mais il convient d'accorder une place plus importante aux trois compétences de l'oral : compréhension, expression en continu et expression en interaction.

MODULE MG3

Motricité, santé et socialisation par la pratique des activités physiques, sportives et artistiques

Objectif général du module : Acquérir des connaissances et construire des compétences motrices pour devenir un citoyen physiquement et socialement éduqué.

Objectifs du module

Objectif 1	Mobiliser ses ressources et développer son intelligence motrice par la diversité des activités physiques, sportives et artistiques
Objectif 2	Gérer sa vie physique et sociale en vue d'entretenir sa santé et d'assurer sa sécurité
Objectif 3	Accéder au patrimoine culturel des activités physiques et sportives

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

La finalité est de permettre une diversité d'expériences motrices et culturelles. Les enseignements d'EPS sont structurés selon deux ensembles de compétences :

Compétences propres à l'EPS, de dimension motrice

- réaliser une performance motrice maximale mesurable à une échéance donnée,
- se déplacer en s'adaptant à des environnements variés et incertains,
- réaliser une prestation corporelle à visée artistique ou acrobatique,
- conduire et maîtriser un affrontement individuel et collectif,
- réaliser et orienter son activité physique en vue de son développement (cette compétence devient un passage obligé de formation en baccalauréat professionnel).

Compétences méthodologiques et sociales

- s'engager lucidement dans la pratique de l'activité,
- respecter les règles de vie collective et assumer les différents rôles liés à l'activité,
- savoir utiliser différentes démarches pour apprendre à agir efficacement.

A des fins de diversification, il est attendu qu'au moins quatre compétences propres à l'EPS et les trois compétences méthodologiques et sociales organisent l'offre de formation. Quatre APSA au moins sont à programmer pour répondre à ces exigences.

Les niveaux d'acquisition propres au baccalauréat professionnel s'appuient sur le référentiel de compétences attendues dans le programme de l'EPS diffusé dans les textes officiels du ministère de l'Éducation Nationale et du ministère chargé de l'Agriculture.

L'enseignement peut être mené en lien avec le projet pluridisciplinaire d'éducation à la santé.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Mobiliser ses ressources et développer son intelligence motrice par la diversité des activités physiques, sportives et artistiques (APSA)

- 1.1-** Accéder à la diversité des activités physiques, sportives et artistiques
- 1.2-** S'engager dans les apprentissages pour enrichir sa motricité et la rendre efficace
- 1.3-** Atteindre des niveaux de pratique optima en adéquation avec son potentiel physique et son profil moteur
- 1.4-** Développer l'image et l'estime de soi pour construire sa relation aux autres

Objectif 2 : Gérer sa vie physique et sociale, en vue d'entretenir sa santé et d'assurer sa sécurité

- 2.1-** Expliquer les mécanismes biologiques en jeu lors des APSA
- 2.2-** Mettre en relation la pratique physique et sportive, la physiologie de l'effort et la mécanique du mouvement
- 2.3-** Raisonner une alimentation équilibrée, adaptée à l'effort
- 2.4-** Analyser les comportements et attitudes efficaces dans le cadre de la préservation de la santé
- 2.5-** Pratiquer une activité et en analyser les effets sur soi
- 2.6-** Connaître et maîtriser les risques

Objectif 3 : Accéder au patrimoine culturel des activités physiques et sportives

Origine, évolution, diversité des pratiques, cadre réglementaire, éthique...

MODULE MG4

Culture scientifique et technologique

Objectif général du module : Mobiliser des éléments d'une culture scientifique et technologique pour se situer et s'impliquer dans son environnement social et culturel.

Objectifs du module

Objectif 1	Mobiliser des techniques et des concepts mathématiques liés aux domaines statistique-probabilités, algèbre-analyse et géométrie pour résoudre des problèmes dans des champs d'applications divers
Objectif 2	Mobiliser des savoirs et utiliser des démarches scientifiques pour mesurer des enjeux liés au monde vivant en matière d'environnement, d'alimentation et de santé
Objectif 3	Mobiliser des savoirs et utiliser des démarches scientifiques pour analyser, interpréter et utiliser des informations liées aux propriétés de l'eau, des solutions aqueuses, des bio-molécules, de quelques systèmes mécaniques en équilibre et de certaines formes d'énergies
Objectif 4	Raisonner l'utilisation des outils informatiques et s'adapter à l'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Les enseignements de ce module concourent à la formation intellectuelle, professionnelle et citoyenne des élèves.

En baccalauréat professionnel, on se propose de compléter les acquis de la seconde professionnelle en vue d'enrichir la culture scientifique et technologique des apprenants.

Les démarches pédagogiques mises en œuvre ont pour objectifs :

- de former à l'activité mathématique et scientifique par la mise en œuvre des démarches d'investigation et d'expérimentation,
- de donner une vision globale des connaissances scientifiques et de leurs applications,
- de former à une utilisation raisonnée des outils technologiques, mathématiques et scientifiques,
- de permettre d'exercer un esprit critique par rapport aux enjeux liés au monde vivant (environnement, alimentation et santé), à l'impact des TIC sur la société, à l'information scientifique.

On s'efforce de contextualiser les supports de formation en fonction des secteurs professionnels et de s'appuyer sur des situations et exemples concrets.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Mobiliser des techniques et des concepts mathématiques liés aux domaines statistique-probabilités, algèbre-analyse et géométrie pour résoudre des problèmes dans des champs d'applications divers

L'utilisation des calculatrices graphiques et de l'outil informatique est une obligation dans la formation. Ces outils permettent d'une part d'expérimenter, de conjecturer, de construire et d'interpréter des graphiques, et d'autre part d'alléger ou d'automatiser certains calculs numériques et algébriques.

- 1.1-** Traiter des données et interpréter un résultat statistique, gérer des situations simples relevant des probabilités
 - 1.1.1- *Interpréter des indicateurs de tendance centrale (mode, classe modale, moyenne et médiane) et de dispersion (étendue, écart type et écart interquartile) pour des séries statistiques à une variable*
 - 1.1.2- *Analyser des tableaux de contingence pour deux variables qualitatives (degré de dépendance entre deux variables qualitatives)*
 - 1.1.3- *Décrire quelques expériences aléatoires simples (tirages aléatoires avec ou sans remise dans une urne,...) et effectuer des calculs de probabilités (événement élémentaire, événement contraire, événements incompatibles, réunion et intersection d'événements, équiprobabilité)*
 - 1.1.4- *Déterminer la probabilité conditionnelle d'un événement par rapport à un événement de probabilité non nulle*
 - 1.1.5- *Utiliser des tableaux et des arbres comme outils de démonstrations*
- 1.2-** Mobiliser des compétences en algèbre et en analyse pour résoudre des problèmes concrets
 - 1.2.1- *Résoudre un problème concret dont la situation est modélisée par une suite arithmétique ou géométrique.*
 - 1.2.2- *Résoudre algébriquement et graphiquement une équation du second degré à une inconnue et déterminer le signe du polynôme associé*
 - 1.2.3- *Utiliser la représentation graphique de fonctions, ou leur expression algébrique, pour résoudre des équations et des inéquations*
 - 1.2.4- *Maîtriser graphiquement la notion de nombre dérivé (coefficient directeur de la tangente à une courbe) et utiliser la dérivation pour étudier les variations de fonctions (fonctions polynômes de degré inférieur ou égal à 3, fonctions homographiques)*
 - 1.2.5- *S'approprier les représentations graphiques des fonctions logarithme népérien et exponentielle; utiliser les propriétés de ces fonctions ; étudier des fonctions du type x^{geax}*
 - 1.2.6- *Déterminer l'intégrale d'une fonction et l'interpréter géométriquement dans le cas d'une fonction positive*
- 1.3- *Utiliser la géométrie comme support dans des problèmes d'algèbre et d'analyse*

Objectif 2 : Mobiliser des savoirs et utiliser des dé-

marches scientifiques pour mesurer des enjeux liés au monde vivant en matière d'environnement, d'alimentation et de santé

Pour atteindre cet objectif, l'enseignement de biologie-écologie repose sur des notions relatives au monde vivant et à son fonctionnement aux différentes échelles, du niveau cellulaire à celui du système planétaire.

A travers les situations et exemples étudiés, sont donc apportées les connaissances fondamentales relatives à l'organisation et à la physiologie des organismes vivants. Une vision intégrée du fonctionnement de l'organisme humain (anatomie, physiologie) est également construite.

- 2.1-** Apprécier l'influence des activités humaines sur les milieux dans une perspective de développement durable
 - 2.1.1- *Identifier les composantes écologiques des milieux : composantes abiotiques, reconnaissance des êtres vivants, éléments de systématique, particularités écologiques d'un écosystème*
 - 2.1.2- *Analyser le fonctionnement des milieux : situation et place dans le territoire, identification et dynamique de la biodiversité, fonctionnement des écosystèmes*
 - 2.1.3- *Identifier des impacts des activités anthropiques sur l'environnement*
 - 2.1.4- *Justifier des actions humaines sur l'environnement dans une perspective de développement durable : prévention des risques, préservation et valorisation des espaces, gestion des ressources*
- 2.2-** Identifier l'impact de facteurs de l'environnement sur la santé humaine
 - 2.2.1- *Présenter des impacts de différents facteurs environnementaux sur la santé humaine : facteurs de risques, effets physiopathologiques*
 - 2.2.2- *Identifier des moyens de prévention*
 - 2.2.3- *Expliquer des mécanismes de lutte*
- 2.3- *Montrer l'impact de l'alimentation sur la santé humaine*
 - 2.3.1- *Expliquer les principes de base d'une alimentation équilibrée : besoins de l'organisme, aliment source d'énergie, adaptation de la ration alimentaire, fonction de nutrition*
 - 2.3.2- *Décrire des risques et des maladies d'origine alimentaire : toxi-infections, déséquilibres et troubles du comportement alimentaire, allergies, intolérances*
 - 2.3.3- *Raisonnement les conséquences des choix alimentaires : comportements alimentaires, incidences écologiques, problèmes éthiques*

Objectif 3 : Mobiliser des savoirs et utiliser des démarches scientifiques pour analyser, interpréter et utiliser des informations liées aux propriétés de l'eau, des solutions aqueuses, des bio-molécules, de quelques systèmes mécaniques en équilibre et de certaines formes d'énergies

- 3.1-** Acquérir des savoirs et analyser des informations liées aux propriétés de l'eau et des solutions aqueuses
 - 3.1.1- *Définir et utiliser les caractéristiques physico-chimiques de l'eau et des solutions aqueuses (conductivité, concentrations molaires et massiques des espèces dissoutes, pH, TH)*

- 3.1.2- *Interpréter les résultats d'une fiche d'analyse d'eau (paramètres de qualité d'une eau) ; caractériser les sources de pollution des eaux*
- 3.1.3- *Déterminer des quantités de matière par des dosages colorimétriques et pH-métriques de solutions acido-basiques (préparations des solutions, techniques expérimentales, exploitations)*
- 3.2- S'approprier des savoirs liés aux bio-molécules présentes dans les aliments**
- 3.2.1- *Présenter une classification générale des bio-molécules (glucides, lipides, protides) ; situer et nommer les plus courantes dans cette classification*
- 3.2.2- *Écrire les formules brutes et semi-développées des bio-molécules courantes*
- 3.2.3- *Indiquer les phénomènes physico-chimiques responsables de la dégradation des aliments ; préciser quelques techniques mises en œuvre pour préserver leur qualité sanitaire*
- 3.2.4- *Connaître la fonction et le résultat de l'hydrolyse des bio-molécules présentes dans les aliments lors de la digestion*
- 3.3- S'approprier des concepts et des lois liées à l'étude de quelques formes d'énergie et de leurs applications technologiques**
- 3.3.1- *Caractériser une action mécanique par une force ; déterminer les conditions d'équilibre d'un solide*
- 3.3.2- *Définir et calculer un travail, une énergie (mécanique, thermique et de rayonnement) ; donner des exemples liés à ces formes d'énergie et à leur transformation (machines thermiques, frigorifiques...).*
- 3.3.3- *Définir les grandeurs caractéristiques des courants continus et alternatifs ; énoncer et utiliser les lois fondamentales du courant continu*
- 3.3.4- *Caractériser et calculer une puissance et une énergie électrique en courant continu et alternatif (coût de fonctionnement d'une installation électrique)*

Objectif 4 : Raisonner l'utilisation des outils informatiques et s'adapter à l'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

- 4.1- Analyser un problème pour le résoudre à l'aide d'un ensemble d'outils informatiques**
- 4.1.1- *Effectuer une analyse préalable (données disponibles, données à calculer et/ou traitements à réaliser)*
- 4.1.2- *Mettre en œuvre de manière raisonnée des logiciels et des fonctionnalités adaptées, pour répondre à un besoin identifié :*
- *de traitement d'informations (gestion pertinente de documents longs et composites, élaboration de feuilles de calcul nécessitant l'utilisation de fonctions logiques et des fonctionnalités de base de données, outils de localisation géographique, outils professionnels spécifiques) ;*
 - *de communication (présentation assistée par ordinateur, outils de travail collaboratif).*
- 4.2- Identifier les évolutions des TIC et leurs enjeux à partir d'un exemple caractéristique**
- Approche des éléments technologiques, perspectives d'usage dans le domaine professionnel du secteur ou dans la vie quotidienne, impacts sociétaux.*

MODULE MP1

Etude opérationnelle du point de vente

Objectif général du module : Situer l'activité du conseiller vendeur dans la structure commerciale pour lui permettre de contribuer à l'évolution et au développement des ventes et des services proposés.

Objectifs du module

Objectif 1	Situer le point de vente dans sa zone de chalandise
Objectif 2	Analyser les statuts et attributions des personnels commerciaux en magasin
Objectif 3	Contribuer à la politique commerciale du point de vente

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Ce module a pour objectif d'aborder des concepts transversaux à l'ensemble des activités du technicien conseil : les savoirs et savoir-faire mobilisés relèvent donc tout à la fois de la mercatique, de l'économie d'entreprise et de la gestion des ressources humaines. Il permet d'amener les apprenants à situer leur activité de technicien conseil dans la structure de vente en mettant en évidence la polyvalence nécessaire à la réalisation des multiples activités qui lui seront confiées au sein d'une équipe commerciale.

Il convient d'aborder ce module en ayant à l'esprit l'évolution de l'offre vers le multicanal, avec toutes les complémentarités ou concurrences que cela implique. La dimension conseil de la vente est particulièrement développée en tant que facteur de différenciation qualitatif par rapport à la vente par internet. Ce module sert de support à l'acquisition de la capacité C6 « répondre aux attentes commerciales du point de vente » en liaison avec les stages et fournit au même titre que les autres modules techniques des outils pour la capacité C5 « élaborer une stratégie de valorisation d'un produit du rayon ».

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Situer le point de vente dans sa zone de chalandise

- 1.1-** Caractérisation du point de vente
- 1.2-** Identifier les dynamiques des différents marchés
- 1.3-** Positionnement du point de vente au sein de sa zone de chalandise
- 1.4-** Étude de la clientèle du point de vente
- 1.5-** Respect du consommateur

Objectif 2 : Analyser les statuts et attributions des personnels commerciaux en magasin

- 2.1-** Organisation de l'équipe commerciale du point de vente
- 2.2-** Caractéristiques sociales et fonctionnelles du poste de conseiller vendeur
- 2.3-** Mise en œuvre du service à la clientèle et management de la qualité

Objectif 3 : Contribuer à la politique commerciale du point de vente

- 3.1-** Conditions d'approvisionnement
- 3.2-** Offre du point de vente
- 3.3-** Communiquer et promouvoir l'image du magasin
- 3.4-** Fidéliser les clients
- 3.5-** Maintenir une veille commerciale et juridique

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.

Objectifs du module

Objectif 1	Identifier la demande du client d'un point de vue technique
Objectif 2	Proposer une solution technique adaptée à la demande du client répondant aux enjeux de la transition agro-écologique
Objectif 3	Promouvoir une alimentation durable

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

L'univers des « produits alimentaires » est ici à considérer au sens étendu 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 doit prendre 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 doit permettre 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 doit s'appuyer 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 doit outiller 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 sous-entend un lien fort avec le MP5, et apporte les connaissances transversales aux deux modules.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

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

- 1.1-** S'approprier le contexte de la demande du client par un questionnement approprié
- 1.2-** Analyser les informations recueillies en mobilisant les connaissances relatives aux produits alimentaires

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

- 2.1-** Appréhender les différents déterminants influant la qualité des produits alimentaires, en lien avec la notion de terroir
- 2.2-** Recenser les produits les plus adaptés à la demande
- 2.3-** Développer un argumentaire technique pour proposer les produits recensés

Objectif 3 : Promouvoir une alimentation durable

- 3.1-** Présenter les composantes d'un système alimentaire durable
- 3.2-** Inscrire son argumentaire dans une démarche écocitoyenne

MODULE MP3

Conduite de la vente

Objectif général du module : Fidéliser les clients par la qualité de la prestation de vente en appliquant la politique de l'enseigne.

Objectifs du module

Objectif 1	Adapter son attitude aux métiers de la vente
Objectif 2	Accueillir et conseiller le client en libre-service assisté
Objectif 3	Conduire une vente
Objectif 4	Exercer des missions complémentaires dans le point de vente

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Le conseiller vendeur peut, selon les structures et les rayons d'affectation, exercer des activités différentes :

- L'accompagnement des clients dans le cadre d'une vente en libre-service assisté.
- La vente traditionnelle notamment chez les détaillants alimentaires, magasins de producteurs, marché de plein air, épicerie fine, cavistes, caveau de vente de domaine ou cave coopérative ...)

L'objectif de ce module est donc d'initier le futur conseiller vendeur à ces deux méthodes de vente.

Quel que soit son type d'activité dans le point de vente, le conseiller vendeur est membre d'une équipe commerciale qui contribue à l'atteinte des objectifs du point de vente. Au-delà des compétences techniques de vendeur, le développement des compétences comportementales doit être un objectif constant de la formation pour développer l'employabilité et les possibilités d'évolution de carrière des futurs conseillers vendeurs.

Si les concepts clés du comportement d'achat ne sont pas acquis, il convient de les présenter avant de décrire les étapes de la vente

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Adapter son attitude aux métiers de la vente

- 1.1-** Découvrir les métiers de la vente
- 1.2-** Développer une posture professionnelle
- 1.3-** Mobiliser les codes de communication adaptés pour communiquer
- 1.4-** Travailler en équipe dans le respect des règles de sécurité

Objectif 2 : Accueillir et conseiller le client en libre-service assisté

- 2.1-** Qualifier et approcher le client
- 2.2-** Identifier le besoin et répondre aux attentes du client
- 2.3-** Accompagner le client dans son achat
- 2.4-** Assurer l'entretien du poste de vente

Objectif 3 : Conduire une vente

- 3.1-** Préparer la vente
- 3.2-** Conduire la vente
- 3.3-** Assurer le paiement et l'encaissement
- 3.4-** Observer et réagir face à des situations problèmes

Objectif 4 : Exercer des missions complémentaires dans le point de vente

- 4.1-** Participer au service après-vente
- 4.2-** Participer à la dynamique commerciale du point de vente

MODULE MP4

Optimisation du fonctionnement du rayon

Objectif général du module : Développer l'attractivité et la performance du linéaire dans un univers concurrentiel multicanal.

Objectifs du module

Objectif 1	Découvrir les espaces de vente physiques et virtuels
Objectif 2	Assurer la gestion courante du rayon
Objectif 3	Conduire une implantation ou une réimplantation d'un rayon
Objectif 4	Mesurer la rentabilité du rayon

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Conformément au positionnement du diplôme, ce module poursuit un double objectif :

- Assurer la maîtrise technique des opérations courantes d'entretien du rayon, caractéristiques des postes d'employé de magasin.
- Donner des clés d'analyse des choix de merchandising effectués, pour qu'en tant que membre de l'équipe commerciale l'employé puisse être force de proposition auprès du responsable de rayon.

Pour l'identification des processus de gestion courante du rayon à mettre en œuvre et l'acquisition des gestes professionnels, les situations pratiques en magasin pédagogique sont essentielles pour préparer l'apprenant aux périodes en milieu professionnel.

La découverte de situations en entreprise de formation et des études de cas in situ sont indispensables pour susciter la réflexion des apprenants et les mettre en situation d'acquérir une culture commerciale élargie pour développer leur capacité d'analyse et de proposition.

Les techniques d'implantation peuvent être réinvesties dans la conduite de l'animation commerciale. Cette action permet par ailleurs de prolonger l'étude de la rentabilité des activités commerciales.

Les lois relatives à l'alimentation en vigueur (exemple EGALIM , Evin...) sont aussi étudiées.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Découvrir les espaces de vente physiques et virtuels

- 1.1-** Situer les différents espaces d'un magasin
- 1.2-** Identifier des logiques de fonctionnement des rayons

Objectif 2 : Assurer la gestion courante du rayon

- 2.1-** Assurer l'assortissement des rayons
- 2.2-** Etiqueter les produits
- 2.3-** Assurer l'approvisionnement du rayon
- 2.4-** Contrôler et gérer la démarque
- 2.5-** Gérer les déchets et les invendus
- 2.6-** Adapter ses pratiques pour travailler en toute sécurité

Objectif 3 : Conduire une implantation ou une réimplantation d'un rayon

- 3.1-** Attribuer le linéaire
- 3.2-** Adapter les facteurs d'ambiance

Objectif 4 : Mesurer la rentabilité du rayon

- 4.1-** Indicateurs qualitatifs et quantitatifs de performance du linéaire
- 4.2-** Comptes et résultats d'un rayon

MODULE MP5

Qualité et sécurité des produits alimentaires et hygiène

Objectif général du module : Maintenir la qualité des produits alimentaires exposés sur le lieu de vente.

Objectifs du module

Objectif 1	Assurer la réception des produits alimentaires
Objectif 2	Organiser la mise en rayon des produits alimentaires dans des conditions optimales
Objectif 3	Intervenir sur l'espace de vente afin de maintenir une présentation valorisante dans un contexte de durabilité et de sécurité sanitaire
Objectif 4	Préparer les produits alimentaires achetés par un client dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité
Objectif 5	Apprécier la qualité organoleptique et perceptions sensorielles des aliments

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

L'alimentation est un sujet au carrefour de multiples enjeux, environnementaux, sociaux, culturels et sanitaires. Pour que les produits alimentaires répondent à l'ensemble de ces attentes, et soient reconnus en termes de qualité par les consommateurs, l'ensemble des process mis en œuvre de la « fourche à la fourchette » doit être pris en compte. Au-delà de la production des matières premières agricoles et de leur transformation, l'espace de vente devra veiller à respecter un ensemble de conditions permettant de sauvegarder le niveau de qualité du produit issu du circuit agricole et/ou agro-alimentaire. Le vendeur, doit disposer des savoirs et savoirs-faire nécessaires à son niveau opérationnel, pour garantir ce niveau de qualité avec une prise en compte forte de la sécurité sanitaire des consommateurs. Ainsi, la vérification de la conformité des produits à réception, leurs conditions de conservation, de manipulation, de transformation et d'entreposage demandent une attention particulière. En effet, sans cette vigilance, les produits alimentaires peuvent présenter des risques importants pour la santé du consommateur, en particulier pour les produits frais ou qui ont peu subi de transformations ou d'opérations de stabilisation.

En outre, le vendeur a un rôle économique important lors de la mise en avant des produits exposés. Il doit veiller, tout au long de la durée de la vente, à maintenir le potentiel commercial de ces produits tant sur leurs aspects gustatif, visuel que nutritionnel. Les produits alimentaires constituent par essence, les éléments essentiels de l'alimentation. De par leur composition nutritionnelle et leurs apports équilibrés en nutriments, ils contribuent au bon fonctionnement du métabolisme humain et ainsi à la bonne santé de l'individu. Ils ont également une fonction hédonique et sociale essentielle. Cependant, si les conditions de conservation, de manipulation, de transformation et d'entreposage ne sont pas respectées, les produits alimentaires peuvent présenter des risques importants pour la santé du consommateur et des traces d'altérations organoleptiques. Cela est particulièrement vrai dès lors que les produits alimentaires sont frais ou ont subi peu de transformations ou d'opérations de stabilisation. Il doit aussi être en capacité de proposer des présentations valorisantes et d'assurer la préparation finale lorsque la vente est déjà effective. Enfin, en veillant à limiter le gaspillage alimentaire, le vendeur est un acteur essentiel dans la création et la génération de valeur sur son point de vente.

Il est entendu qu'au travers des différents objectifs de ce module, les éléments liés aux risques professionnels qui peuvent concerner le vendeur conseil (port et manutention de charges lourdes, manipulation d'objets tranchants, ...), et le port des EPI sont abordés.

Le conseiller vendeur peut être amené à exercer des activités en lien avec la manipulation de denrées périssables ou non, au sein de différentes structures :

- rayons libre-service assisté (magasins de producteurs, coopératives, épiceries, cavistes, grande distribution,...)
- rayons marée, charcuterie, découpe fraîche en fruits et légumes,...
- points de ventes au détail (vente au domaine, vente à la ferme, vente à la brasserie artisanale)
- marchés, salons, foires
- ...

A partir d'une approche chronologique, selon le circuit du produit dans le point de vente, ce module aborde les différentes d'étapes de la réception jusqu'à la vente. Il s'appuie sur l'observation et l'étude de réalités professionnelles en tenant compte de la saisonnalité des produits et des productions. L'atelier/halle de transformation, le point de vente des établissements de formation, ainsi que les stages sont des lieux privilégiés d'apprentissage pour l'acquisition des gestes professionnels. Les visites chez des professionnels de la filière et les partenariats mis en place avec des structures de vente constituent des opportunités complémentaires et indispensables pour apprécier les réalités professionnelles. La mise en œuvre pédagogique de ce module nécessite de prendre en compte les liens qui existent avec les autres modules techniques. Notamment, ce module doit être mis en œuvre concomitamment avec le module MP2.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Assurer la réception des produits alimentaires

- 1.1-** Vérifier la qualité des produits alimentaires réceptionnés
- 1.2-** Valider la conformité des produits alimentaires réceptionnés
- 1.3-** Mettre en œuvre les conditions de stockage des produits alimentaires dans le respect de la réglementation

Objectif 2 : Organiser la mise en rayon des produits alimentaires dans des conditions optimales

- 2.1-** Décider des priorités pour traiter les produits alimentaires réceptionnés
- 2.2-** Placer le produit alimentaire dans des conditions optimales en veillant aux aspects techniques, réglementaires

Objectif 3 : Intervenir sur l'espace de vente afin de maintenir une présentation valorisante dans un contexte de durabilité et de sécurité sanitaire

- 3.1-** Observer les produits alimentaires dans l'espace de vente
- 3.2-** Analyser la situation pour établir un diagnostic
- 3.3-** Intervenir en respectant les règles d'hygiène et de sécurité selon les principes de durabilité conformément à la réglementation

Objectif 4 : Préparer les produits alimentaires achetés par un client dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité

- 4.1-** Réaliser la préparation des produits alimentaires en fonction du besoin client
- 4.2-** Réaliser les conditionnements et emballages décoratifs et fonctionnels adaptés

Objectif 5 : Apprécier la qualité organoleptique et perceptions sensorielles des aliments

MODULE MP6

Animation Commerciale

Objectif général du module : Mettre en œuvre des opérations commerciales pour développer les ventes et la notoriété du point de vente.

Objectifs du module

Objectif 1	Proposer des actions pour enrichir l'expérience client
Objectif 2	Mettre en œuvre une dégustation
Objectif 3	Conduire une animation commerciale

Présentation du module, conditions d'atteinte des objectifs

Ce module a pour objectif de permettre aux élèves d'apprendre à réaliser des animations commerciales qui concourent à l'augmentation des ventes mais aussi à la notoriété du point de vente. Sa mise en œuvre pédagogique suppose la conduite de projets permettant d'acquérir une méthodologie d'action en respectant les codes et usages commerciaux. Cette mise en situation professionnelle permet notamment d'aborder la notion de rentabilité à une échelle appréhendable par les apprenants.

A son niveau hiérarchique, le conseiller-vendeur ne détermine pas les objectifs de l'action, il reste cependant force de proposition dans l'équipe du rayon et met en œuvre l'organisation qui répond à l'objectif fixé.

Certaines de ces actions peuvent porter seulement sur des aménagements matériels, théâtralisation, scénarisation d'espace mais il reste essentiel de mettre les apprenants en situation de vente pour qu'ils puissent appréhender l'intégralité d'une démarche promotionnelle. S'il y a vente, il convient de respecter les règles commerciales et comptables pour les encaissements et la manipulation des fonds.

Si le point de vente peut être un lieu adapté pour réaliser ces actions, il n'est pas le lieu exclusif. Les marchés, foires salons ou autres peuvent constituer des opportunités tout aussi pertinentes pour les conduire.

La mise en œuvre de ces opérations commerciales, dans un contexte particulier, vise à mobiliser chez les apprenants des compétences techniques en relation client et merchandising mais aussi des compétences communicationnelles, organisationnelles, et de travail en équipe appréciables en situation.

Pour la mise en œuvre de l'action, une semaine de temps scolaire est mobilisée dans le cadre des TPE.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

Objectif 1 : Proposer des actions pour enrichir l'expérience client

- 1.1-** Mettre en œuvre des opérations d'animation
- 1.2-** Concevoir et aménager une vitrine
- 1.3-** Accompagner l'offre magasin sur internet

Objectif 2 : Mettre en œuvre une dégustation

Objectif 3 : Conduire une animation commerciale

- 3.1-** Déterminer les objectifs d'une animation commerciale
- 3.2-** Préparer l'opérationnalisation de l'action
- 3.3-** Mettre en œuvre une communication associée à l'opération
- 3.4-** Conduire l'action commerciale
- 3.5-** Etablir un bilan de l'action

LEXIQUE DES SIGLES

APECITA	Association pour l'emploi des cadres, ingénieurs et techniciens de l'agriculture
APSAES	Activités physiques, sportives, artistiques et d'entretien de soi
CCF	Contrôle certificatif en cours de formation
CERCL	Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues
EIE	Enseignement à l'initiative de l'établissement
EPS	Éducation physique et sportive
EPT	Épreuve ponctuelle terminale
ESC	Éducation socioculturelle
FDA	Fiche descriptive d'activité
GIE	Groupement d'intérêt économique
LISA	Libre service agricole
MG	Module général
MAP	Module d'adaptation professionnelle
MP	Module professionnel
PAO	Publication assistée par ordinateur
ROME	Répertoire opérationnel des métiers et des emplois
SESG GC	Sciences économiques, sociales et de gestion, gestion commerciale
SESG-GEE	Sciences Economiques Sociales et de Gestion / Gestion de l'entreprise et de l'environnement
SAV	Service après-vente
SPS	Situation professionnelle significative
STE	Sciences et techniques des équipements
STH	Sciences et techniques horticoles
STP	Sciences et techniques professionnelles
TCV	Technicien conseil vente
TH	Titre hydrotimétrique
TIC	Technologies de l'information et de la communication
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée



Ministère de l'agriculture et de l'alimentation
Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche
Sous-direction des politiques de formation et d'éducation
Bureau des diplômes de l'enseignement technique
78 rue de Varenne - 75349 Paris 07 SP

MARS 2021