



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ANNEXE 8

REFERENTIEL DE DIPLÔME

Baccalauréat professionnel « Technicien Conseil-Vente en Alimentation »

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 modifié



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 :

- X La première partie fournit les informations relatives au contexte socio- économique du secteur professionnel concerné ;
- X La deuxième partie présente les emplois visés par le diplôme et leurs descriptions ;
- X La troisième partie est constituée de la fiche descriptive d'activité (FDA) ;
- X 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
Épiceries 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 :
 - ⓪ 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 ;
 - ⓪ de franchise ;
 - ⓪ 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 générale 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.

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 semblent privilégier cette forme de vente pour ces produits.

X 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.

X 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.

① 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...).

② 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 alim-

ents 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.

① 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 pratiquement un gain de temps concernant leurs prises alimentaires, qu'ils trouvent notamment dans la consommation d'aliments-services (plats préparés, sandwichs, restauration et livraison à domicile...).

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

① 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'étend.

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.

① 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 : essai 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). »

① 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 % 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.

X **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.

X 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 » Credocjuin 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 ?????
- 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 réserves et les rayons et répond aux demandes ponctuelles des clients.
Employé commercial 2	<p>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.</p> <p>Prépare les commandes de réapprovisionnement à l'aide des outils fournis (logiciels, cadenciers...).</p> <p>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.</p>
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, cavistes 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 événementiels 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 le 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 :

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



LISTE DES CAPACITÉS ATTESTÉES PAR LE DIPLÔME

CAPACITÉS GÉNÉRALES

C1 Construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel

- C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique
- C1.2 Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre
- C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène

C2 Débattre à l'ère de la mondialisation

- C2.1 Analyser l'information
- C2.2 Élaborer une pensée construite
- C2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuancé

C3 Développer son identité culturelle

- C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune
- C3.2 Positionner son projet professionnel
- C3.3 Communiquer avec le monde

C4 Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles

- C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire
- C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif
- C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif

Liste des capacités évaluées et savoirs mobilisés

Capacité 1 : construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel	
Capacités évaluées	Savoirs mobilisés
C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique	Techniques de laboratoire et de terrain Écosystème Ressources naturelles communes Enjeux énergétiques
C1.2 Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre	Collecte, stockage, organisation des données en toute sécurité Traitement analytique (tableur) Représentation communication (grapheur, SIG, tableaux de bord)
C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène	Phénomènes biologiques et écologiques Modélisation d'un phénomène Argumentation de la réponse apportée

Capacité 2 : Débattre à l'ère de la mondialisation	
Capacités évaluées	Savoirs mobilisés
C2.1 Analyser l'information	Information Document Évaluation de l'information Paysage informationnel Repères, acteurs et notions historiques et géographiques
C2.2 Élaborer une pensée construite	Repères, acteurs et notions historiques et géographiques Méthodes et démarches historiques et géographiques
C2.3 Formuler un point de vue argumenté	Littérature et autres arts Stratégies de lectures diverses Argumentation Expression

Capacité 3 : Développer son identité culturelle	
Capacités évaluées	Savoirs mobilisés
C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune	Composantes de l'identité culturelle Réalisation artistique Valorisation et médiatisation de la création Éloquence
C3.2 Positionner son projet professionnel	Connaissance de soi Aptitudes socio-professionnelles Identification des compétences professionnelles en fonction des métiers visés (voies de formation, contexte professionnel avec son cadre juridique et réglementaire) Dimension sociale de l'engagement professionnel Mise en valeur de l'ensemble de ses potentiels
C3.3 Communiquer avec le monde	Culture et langue étrangères à visée sociale et professionnelle

Capacité 4 : Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles	
Capacités évaluées	Savoirs mobilisés
C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire	Habiletés motrices (techniques sportives et corporelles) au service de l'efficacité dans les APSA/ Entretien de soi Méthodes d'observation, d'appréciation, de gestion de l'activité physique Attitudes et méthodes coopératives et collaboratives
C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif	Connaissance de l'environnement social, culturel et professionnel Méthodologie du projet en mode coopératif. Fonctionnement des groupes et modalités de prises de décision
C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif	Observation du groupe et de la conduite de l'action Identification des compétences psycho-sociales sollicitées ou acquises Auto-évaluation continue

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
Construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel	U1	<p>C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique</p> <p>C1.2 Etudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre</p> <p>C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène</p>
Débattre à l'ère de la mondialisation	U2	<p>C2.1 Analyser l'information</p> <p>C2.2 Elaborer une pensée construite</p> <p>C2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuancé</p>
Développer son identité culturelle	U3	<p>C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune</p> <p>C3.2 Positionner son projet professionnel</p> <p>C3.3 Communiquer avec le monde</p>
Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles	U4	<p>C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire</p> <p>C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif</p> <p>C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif</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



TABLEAUX DES ÉPREUVES



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) »

Candidats en CCF – Epreuves générales

Capacité 1 correspondant au bloc de compétences 1 Construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel			
Epreuve	Capacités évaluées	Modalité	Coeff.
E1 : Approches scientifique et technologique	C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique	ECCF 1.1 Pratique/écrite	1,25
	C1.2 Etudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre.	ECCF 1.2 Pratique/écrite	0,5
	C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène	ECCF 1.3 Écrite	1,25

Capacité 2 correspondant au bloc de compétences 2 Débattre à l'ère de la mondialisation			
Epreuve	Capacités évaluées	Modalité	Coeff.
E2 : Culture humaniste	C2.1 Analyser l'information	ECCF 2.1 Oral	0,5
	C2.2 Elaborer une pensée construite.	EPT Ecrite	1
	C2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuance	EPT Écrite	1,5

Capacité 3 correspondant au bloc de compétences 3 Développer son identité culturelle			
Epreuve	Capacités évaluées	Modalité	Coeff.
E3 : Inscription dans le monde culturel et professionnel	C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune	ECCF 3.1 Pratique/oral	0,75
	C3. 2 Positionner son projet professionnel.	ECCF 3.2 Orale	0,25
	C3.3 Communiquer avec le monde	ECCF 3.3 Écrite/orale	1

Capacité 4 correspondant au bloc de compétences 4 Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles			
Epreuve	Capacités évaluées	Modalité	Coeff.
E4 : Engagement dans un projet collectif	C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire	ECCF 4.1 Pratique	1
	C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif.	ECCF 4.2 Orale	0,5
	C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif	ECCF 4.3 Orale	0,5

Épreuve facultative

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

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

CANDIDATS HORS 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 : Approche scientifique et technologique	C1	écrit	3	MG1
E2 : Culture humaniste	C2	écrit	3	MG2
E3 : Inscription dans le monde culturel et professionnel	C3	oral	2	MG3
E4 : Engagement dans un projet collectif	C4	pratique et oral sur écrit	2	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 épreuve facultative. Elles permettent de vérifier l'atteinte de toutes les capacités globales du référentiel de certification.

L'examen prend en compte la formation en milieu professionnel. Il est organisé par combinaisons entre des épreuves ponctuelle s terminales et des épreuves évaluées évaluations certificatives en cours de formation (ECCF) 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 :

Approches scientifique et technologique

Elle valide la capacité C1 Construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel. Elle est affectée de coefficient 3.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose de 3 ECCF, dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous :

- ECCF 1.1 permettant d'évaluer la capacité C.1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique. Elle est affectée d'un coefficient 1,25.

Evaluation en deux parties autour d'une thématique commune : une partie pratique (biologie-écologie et physique-chimie), une partie écrite physique-chimie.

- ECCF 1.2 permettant d'évaluer la capacité C.1.2 Etudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre : évaluation pratique et écrite.

Elle est affectée d'un coefficient 0,5.

- ECCF 1.3 permettant d'évaluer la capacité C.1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène : évaluation écrite. Elle est affectée d'un coefficient 1,25.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve ponctuelle terminale écrite.

Définition de l'épreuve E2 :

Culture humaniste

Elle valide la capacité C2 « Débattre à l'ère de la mondialisation ». Elle est affectée de coefficient 3.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose d'une ECCF et de deux EPT, dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous :

- ECCF 2.1 permettant d'évaluer la capacité C.2.1 Analyser l'information : évaluation orale. Elle est affectée de coefficient 0,5.

- EPT 1 permettant d'évaluer la capacité C.2.2 Élaborer une pensée construite : évaluation écrite. Elle est affectée de coefficient 1.

- EPT 2 permettant d'évaluer la capacité C.2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuancé : évaluation écrite. Elle est affectée de coefficient 1,5.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose de deux EPT.

Définition de l'épreuve E3 :

Inscription dans le monde culturel et professionnel

Elle valide la capacité C3 « Développer son identité culturelle ».

Elle est affectée de coefficient 2.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose de 3 ECCF, dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous :

- ECCF 3.1 qui évalue la capacité C.3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune est une épreuve pratique et orale. Evaluation en deux parties autour d'une thématique commune. Première partie : ESC évaluation pratique explicitée ; deuxième partie : français évaluation orale. Elle est affectée de coefficient 0,75.

- ECCF 3.2 qui évalue la capacité C .3.2 Positionner son projet professionnel est une épreuve orale. Elle est affectée de coefficient 0,25. Les examinateurs sont un enseignant d'éducation socioculturelle et des enseignants de disciplines générales ou professionnelles contribuant, pour la voie scolaire, aux enseignements à l'initiative de l'établissement.

- ECCF 3.3 qui évalue la capacité C.3.3 Communiquer avec le monde. Deux situations d'évaluation : une écrite (CE, CO, EE), une orale (EOC, EOI). Elle est affectée de coefficient 1.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve ponctuelle terminale orale.

Définition de l'épreuve E4 :

Engagement dans un projet collectif

Elle valide la capacité C4 « Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles ».

Elle est affectée de coefficient 2.

Pour les candidats bénéficiant du CCF, elle se compose de 3 ECCF réparties en 2 situations d'évaluations (SE) dont les caractéristiques sont décrites ci-dessous :

- SE 1 : ECCF 4.1 permettant d'évaluer la capacité C.4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire : évaluation pratique. Elle est affectée de coefficient 1.

- SE 2 : évaluation orale

- o ECCF 4.2 permettant d'évaluer la capacité C.4.2 Mettre en œuvre un projet collectif. Elle est affectée de coefficient 0,5.

- o ECCF 4.3 qui évalue la capacité C.4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif. Elle est affectée de coefficient 0,5.

Pour les candidats hors CCF, elle se compose d'une épreuve ponctuelle terminale pratique et orale sur dossier.

Critères d'évaluation des capacités générales

Capacités globales	Capacités évaluées	Critères
C1 : Construire son raisonnement autour des enjeux du monde actuel	C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique	<ul style="list-style-type: none"> - Appropriation à partir d'un contexte d'un problème ou de questionnements - Raisonnement scientifique pour proposer une stratégie de résolution - Réalisation de la démarche retenue - Exploitation de données et de résultats
	C1.2 Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre.	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du contexte et de la problématique - Traitement des données adapté au contexte et à la problématique étudiée - Exposition des données adaptée au contexte et représentative de la problématique étudiée
	C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse d'un phénomène dans son contexte - Utilisation d'un ou de plusieurs modèle(s) adapté(s) au phénomène étudié - Validation d'une conjecture ou d'une théorie - Communication / diffusion de la réponse
C2 : Débattre à l'ère de la mondialisation	C2.1 Analyser l'information	<ul style="list-style-type: none"> - Caractérisation et traitement de l'information - Contextualisation de l'information
	C2.2 Élaborer une pensée construite	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation de notions pertinentes au regard du questionnement - Analyse de faits et de documents - Structuration de la démarche
	C2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuancé	<ul style="list-style-type: none"> - Interprétation de l'œuvre littéraire - Adaptation de la stratégie argumentative à la situation de communication et à la visée - Mobilisation d'arguments et de procédés adaptés à la visée - Maîtrise de la langue
C3 : Développer son identité culturelle	C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune	<ul style="list-style-type: none"> - Engagement dans une production personnelle - Prise en compte du destinataire de ses intentions - Mobilisation du champ médiatique - Mobilisation de références littéraires, artistiques et culturelles - Qualité de l'expression artistique - Défense d'un point de vue - Maîtrise de la langue
	C3.2 Positionner son projet professionnel	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des potentiels - Identification des opportunités - Projection vers une identité professionnelle
	C3.3 Communiquer avec le monde	<ul style="list-style-type: none"> - Communication orale en langue étrangère - Communication écrite en langue étrangère
C4 : Agir collectivement dans des situations sociales et professionnelles	C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire	<ul style="list-style-type: none"> - Engagement autour d'expériences motrices variées. - Mobilisation de ressources motrices et méthodologiques. - Mobilisation de ressources relationnelles et sociale
	C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte de la commande - Implication/ appropriation dans le projet - Adaptation aux imprévus - Coopération au sein d'un collectif
	C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement dans une action collective. - Retour objectif sur son action - Projection et transfert dans une situation sociale ou professionnelle future

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	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	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	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	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	Diagnostic du besoin du client Formulation d'un conseil adapté au besoin du client	CCF
	7.2 Réaliser une vente	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	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	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	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	Contribution au travail d'équipe Animation de l'espace pendant l'action Analyse des résultats obtenus	
C10	S'adapter à des enjeux professionnels particuliers	Les critères d'évaluation laissés à l'appréciation de l'évaluateur	CCF



RÉFÉRENTIEL DE FORMATION



PRÉSENTATION ET ARCHITECTURE DEFORMATION

La formation est centrée sur l'acquisition de capacités générales et professionnelles mentionnées dans le référentiel de certification. La formation est structurée en modules, chacun référant à une capacité globale du référentiel de certification.

A l'intérieur de chaque module, sont précisés :

- les conditions d'atteinte des capacités et les attendus, notions et contenus de la formation mobilisant les disciplines ainsi que des activités pluridisciplinaires et/ou des séquences en entreprises,
- les disciplines et les horaires mobilisées hors activités pluridisciplinaires.

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

Ces enseignements concourent pleinement à l'acquisition des compétences du cadre de référence des compétences numériques, déclinaison française du DIGCOMP de l'union européenne.

Modules d'enseignement général

MG1 : Construction d'un raisonnement scientifique autour des questions du monde actuel

MG2 : L'exercice du débat à l'ère de la mondialisation

MG3 : Construction et expressions des identités culturelles et professionnelles

MG4 : Actions et engagements collectifs dans des situations sociales

Modules d'enseignement professionnel (hors pluridisciplinarité)

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 alimentaires
MP6	Animation Commerciale
MAP	Module d'adaptation professionnelle

Activités pluridisciplinaires

Horaire	110h
---------	------

Enseignements à l'initiative de l'établissement : équivalent de 2 heures hebdomadaires

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.

Ces enseignements contribuent au développement des capacités constitutives des blocs de compétences 3 et 4.

Orientations des enseignements à l'initiative de l'établissement :

- 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...
- Régulation des activités d'un collectif au niveau du groupe classe...
- Orientation, projet individuel et professionnel de l'élève, aide à la réussite, aide individualisée...

Ces enseignements participent de l'individualisation de la formation. Ils ne doivent pas faire l'objet d'apports purement théoriques isolés mais être apportés en situation d'apprentissage.

Stage(s) en milieu professionnel 14 à 16 semaines

Enseignements sous forme de stage collectif éducation à la santé et au développement durable

Le stage collectif éducation à la santé et au développement durable, 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.

Le développement durable 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.

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.

Ce 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 de ce stage collectif.

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

Enseignements sous forme de stage collectif valorisation du vécu en milieu professionnel

Le stage collectif « valorisation du vécu en milieu professionnel » fait partie intégrante de la formation et vise une préparation optimale aux séquences de formation en milieu professionnel en mettant l'accent sur la santé, sécurité au travail par une approche de l'analyse du travail/analyse de l'activité.

Ce stage vise à :

- S'emparer de la question de la santé et sécurité au travail à travers les séquences de formation en milieu professionnel ;
- Lire une situation professionnelle, en évaluer les risques et conduire l'action en sécurité ;
- Exploiter les vécus en milieu professionnel.

Ce stage s'articule avec l'ensemble des modules professionnels et permet tout particulièrement d'entraîner les capacités professionnelles C6, C7, C8, C9 et C10 grâce à l'approche du retour sur expérience qui est conduite.

Ce stage collectif permet une approche de l'analyse du travail en lien avec le domaine professionnel.

L'implication de l'ensemble de la communauté éducative constitue un levier pour le développement des capacités à mettre en œuvre dans le cadre de ce stage collectif.

Horaires

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

Enseignements facultatifs et unités facultatives

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
 - langues et cultures régionales
 - langue des signes française

- ❖ Hippologie et équitation
- ❖ Pratiques professionnelles et projets
- ❖ Pratiques physiques et sportives
- ❖ Pratiques sociales et culturelles :
 - pratiques culturelles et artistiques
 - technologies de l'informatique et du multimédia

Unité facultative

Elle valide les résultats d'une période de formation effectuée en milieu professionnel dans un État 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.

Unité facultative "engagement citoyen"

Elle 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 55 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 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 11 sont prises sur la scolarité. Elles sont consacrées au(x) stage(s) individuel(s) en entreprises.

Les 14 semaines de stage (dont 11 prises sur la scolarité) préparent en particulier, aux épreuves E6 « Expérience en milieu professionnel » et E7 « Pratiques professionnelles ».

Parmi celles-ci :

- X 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 BRSAs (boissons rafraîchissantes sans alcool) ;
- X 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) ;
- X 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

Construction d'un raisonnement scientifique autour des questions du monde actuel

Capacités évaluées	Disciplines
- Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique	Biologie- Écologie
- Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre	TIM Mathématiques
- Exploiter la modélisation d'un phénomène	Mathématiques Biologie-Écologie

Module MG2

L'exercice du débat à l'ère de la mondialisation

Capacités évaluées	Disciplines
-Analyser l'information	Documentation Histoire- Géographie
-Élaborer une pensée construite	Histoire-Géographie Enseignement Moral et
-Formuler un point de vue argumenté et nuancé	Lettres

Module MG3

Construction et expressions des identités culturelles et professionnelles

Capacités évaluées	Disciplines
- Exprimer ses aspirations dans une culture commune	Lettres Éducation Socioculturelle
- Positionner son projet professionnel	ESC Enseignements à l'initiative de
- Communiquer avec le monde.	Langue vivante

Module MG4

Actions et engagements individuels et collectifs dans des situations sociales

Capacités évaluées	Disciplines
- Développer un mode de vie actif et solidaire	EPS
- Mettre en œuvre un projet collectif	Éducation Socioculturelle Histoire-Géographie Enseignement Moral et Civique Enseignements à l'initiative de
- Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif	Éducation Socioculturelle Enseignements à l'initiative de l'établissement

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)	110h
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)	27,5h 96,25h

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	96,25h

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	82,5h

MODULE MP5

Qualité des produits alimentaires et hygiène

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

	DISCIPLINE		
Assurer la réception des produits alimentaires	STP (GA et ou VO) Biochimie STP (GA)	27,5h (13,75h dédoublés à 19 et 13,75h à 27)	
		27,5h	
		55h (dont 27,5h dédoublés à 19)	

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	27,5h
		41,25h

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	55h
Ouvrir la formation dans des domaines reflétant la diversité des activités		

LES ACTIVITES PLURIDISCIPLINAIRES

Les thématiques proposées sont à décliner en situations de formation en lien avec la stratégie de l'équipe, le contexte et les opportunités de l'établissement. Les 4 premières thématiques sont communes à toutes les spécialités de Baccalauréat Professionnel : un volume horaire de 14H est affecté à chacune de ces 4 thématiques.

Les 4 dernières thématiques sont spécifiques au bac pro TCV Alimentation : à titre indicatif, il est proposé d'affecter 14h pour chacune de ces thématiques de pluridisciplinarité.

Finalités	Thématique	Module(s) pouvant être impliqué(s)	Disciplines mobilisables (liste non limitative)
Il s'agit d'amener les apprenants à mettre en œuvre des capteurs connectés et d'en exploiter les données pour favoriser ou suivre les transitions (agro-écologique, énergétique, sociale, sanitaire, d'aménagement des espaces de vie ...)	Des capteurs connectés au service des transitions	MG1 et MP	Physique-Chimie, et autres disciplines du tronc commun et du domaine professionnel
Il s'agit d'amener les apprenants à engager une réflexion éthique sur les usages des réseaux sociaux (y compris professionnels) et de les outiller pour qu'ils communiquent en conscience et en toute sécurité.	Publication en conscience et en toute sécurité sur les réseaux sociaux numériques	MG2 et MP	Toutes disciplines du tronc commun et du domaine professionnel
Il s'agit d'amener l'apprenant à approfondir sa connaissance du contexte professionnel et à mesurer ses potentiels pour se projeter dans le monde du travail.	Approfondissement de son projet personnel et professionnel	MG3 et MP	Toutes disciplines du tronc commun et du domaine professionnel
Il s'agit d'amener les apprenants à observer les modalités du débat et de la prise de décisions collectives sur des enjeux majeurs en lien avec les transitions (agro-écologique, énergétique, sociale...)	Étude des déterminants d'une action collective sur un territoire de proximité	MG4 et MP	Histoire-Géographie EMC et autres disciplines du tronc commun et du domaine professionnel
Il s'agit d'amener les apprenants à conduire une vente intégrant un conseil technique éthique et responsable pour le client.	Conduite d'un entretien de vente	MP2 et MP3	SESG-GC STP Biologie-écologie LV
Il s'agit d'amener l'apprenant à analyser le fonctionnement d'un espace de vente en intégrant les dimensions techniques, commerciales, réglementaires, environnementales et sociétales.	Diagnostic d'un espace de vente	MP1 et autres MP	SESG-GC STP
Il s'agit d'amener l'apprenant à construire une offre adaptée à la politique commerciale de l'entreprise pour répondre à un besoin identifié.	Proposition d'une nouvelle offre de produits	Tous MP	SESG-GC STP
Au choix de l'équipe	Au choix de l'équipe	Tous MP	Au choix de l'équipe

LES UNITÉS DE FORMATION



MG1

Construction d'un raisonnement scientifique autour des questions du monde actuel

Rappel des capacités visées

- C1.1- Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique
- C1.2- Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre
- C1.3- Exploiter la modélisation d'un phénomène

Finalités de l'enseignement

L'enseignement permet l'acquisition d'une culture scientifique et le développement de l'esprit critique afin d'éclairer les choix citoyens sur des questionnements autour des enjeux du monde actuel (santé, alimentation, eau, énergie, biodiversité) et leurs interactions (choix alimentaires, modes de production, lien santé/alimentation/environnement). L'enseignement vise à acquérir les étapes de la démarche scientifique en s'appuyant sur une pratique expérimentale, l'usage et le traitement de données numériques et d'informations ainsi que l'exploitation de modèles.

Cet enseignement doit être réalisé en lien avec les compétences essentielles en matière de durabilité (ONU 2015 : programme mondial de développement durable à horizon 2030) dont l'analyse systémique, la réflexion critique et la résolution intégrée de problèmes.

Disciplines	Volumes horaires hebdomadaires
Biologie – Écologie	1.25
Physique - chimie	1
Mathématiques	2
TIM	0.5

Autres activités supports potentielles

L'enseignement s'appuie sur les expériences vécues lors des périodes de formation en milieu professionnel, des séquences sur les exploitations agricoles et les ateliers technologiques et pédagogiques, à l'occasion des activités pluridisciplinaires et lors des visites et des voyages d'étude, qui sont autant de moments qui contribuent à l'atteinte de la capacité.

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C1.1 Interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique	<ul style="list-style-type: none">- Appropriation à partir d'un contexte d'un problème ou de questionnements- Raisonnement scientifique pour proposer une stratégie de résolution- Réalisation de la démarche retenue- Exploitation de données et de résultats	<ul style="list-style-type: none">- Techniques de laboratoire et de terrain- Écosystème- Ressources naturelles communes- Enjeux énergétiques	<ul style="list-style-type: none">Biologie – ÉcologiePhysique - Chimie

Conditions d'atteinte de la capacité

On attend de l'apprenant qu'il soit en capacité d'interpréter des faits en s'appuyant sur une démarche scientifique. L'apprenant met en œuvre tout ou partie des étapes de la démarche scientifique dans une situation contextualisée en lien avec des enjeux du monde actuel (santé, alimentation, eau, énergie, biodiversité).

L'enseignement met l'accent sur les parties expérimentales pratiques de la démarche scientifique et sur les tâches complexes.

Attendus de la formation

L'enseignement des disciplines présentes dans ce module s'appuie sur une approche contextualisée des problématiques. Les notions supports des démarches scientifiques mises en œuvre avec les apprenants prennent notamment appui sur le comportement citoyen en toute sécurité, les biomolécules de l'alimentation, les solutions aqueuses et les transferts énergétiques.

Appropriation, à partir d'un contexte, d'un problème ou de questionnements :

- Reformulation, explicitation d'un problème ou de questionnements
- Recherche d'analogies avec des situations similaires

Raisonnement scientifique pour proposer une stratégie de résolution :

- Formulation d'hypothèses, proposition d'une méthode de résolution, d'une démarche à mettre en œuvre
- Proposition d'un protocole, choix et argumentation des modalités retenues

Réalisation de la démarche retenue :

- Mise en œuvre d'un protocole expérimental en respectant les règles de sécurité
- Identification et application des règles liées au tri sélectif des déchets chimiques et biologiques

Exploitation de données et résultats :

- Analyse critique des résultats obtenus et des conclusions émises
- Réalisation d'un compte rendu du travail expérimental mené et des résultats obtenus

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C-1.2 : Étudier un phénomène social ou professionnel à l'aide de données notamment en nombre.	<ul style="list-style-type: none">- analyse du contexte et de la problématique- traitement des données adapté au contexte et à la problématique étudiée- exposition des données adaptée au contexte et représentative de la problématique étudiée	<ul style="list-style-type: none">- Collecte, stockage, organisation des données en toute sécurité- Traitement analytique (tableur)- Représentation communication (grapheur, SIG, tableaux de bord)	TIM Mathématiques

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant, face à une question sociale ou technique, est en mesure, après analyse d'un contexte, de rechercher des sources ou de produire des données pouvant l'aider à résoudre la problématique posée, de sélectionner les données et de les travailler pour les enrichir ou pour ne garder que celles réellement utiles. Il est également en capacité de les traiter en utilisant un logiciel adapté afin de pouvoir représenter les résultats obtenus de la manière la plus pertinente possible et ainsi aider à la prise de décision.

Attendus de la formation

Analyse du contexte et de la problématique

- Recherche des données brutes adaptées au contexte et à la problématique en se conformant à la législation en vigueur
- Mise en qualité des données (transformation des données brutes en informations)

Traitement des données adapté au contexte et à la problématique étudiés (transformation des informations en connaissances)

- Utilisation d'indicateurs statistiques de position et de dispersion
- Utilisation avancée des fonctionnalités du tableur
- Utilisation d'outils externes au tableur

Exposition des données adaptée au contexte et représentative de la problématique étudiée.

- Représentation de données non spatialisées par création de graphiques simples et complexes
- Représentation des données spatialisées par création de cartes
- Création de tableaux de bord

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C1.3 Exploiter la modélisation d'un phénomène	<ul style="list-style-type: none">- Analyse d'un phénomène dans son contexte- Utilisation d'un ou de plusieurs modèles adapté(s) au phénomène étudié- Validation d'une conjecture ou d'une théorie- Communication / diffusion de la réponse	<ul style="list-style-type: none">- Phénomènes biologiques et écologiques- Modélisation d'un phénomène- Argumentation de la réponse apportée.	<p>Mathématiques</p> <p>Biologie -Écologie</p>

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant, à partir d'un contexte, est capable d'utiliser une modélisation adaptée afin de répondre à un questionnement. On attend de l'apprenant qu'il soit capable d'extraire et organiser de l'information, de la traduire afin d'utiliser un modèle permettant d'étudier un phénomène. Au vu du traitement effectué, il doit avoir un regard critique sur les résultats obtenus, en validant ou non les choix opérés, et expliquer ses réponses à partir de la démarche mise en œuvre.

Attendus de la formation

Analyse d'un phénomène dans son contexte

- Appropriation d'un contexte
- Traduction du phénomène en langage mathématiques

Utilisation d'un modèle adapté au phénomène étudié

- Situations de proportionnalité
- Utilisation de représentations géométriques
- Modèles discrets de suites arithmétiques et géométriques
- Ajustements affines et modèles continus de fonctions
- Modèles probabilistes

Validation d'une conjecture :

- Pertinence du modèle
- Interprétation, analyse des résultats et conclusion

Communication / diffusion de la réponse

- Représentation/restitution

MG2

L'exercice du débat à l'ère de la mondialisation

Rappel des capacités visées

C2.1. Analyser l'information

C2.2. Élaborer une pensée construite

C2.3. Formuler un point de vue argumenté et nuancé

Finalités de l'enseignement

L'enseignement vise à accompagner les apprenants à la prise en main d'outils et de méthodes qui permettent de poser un regard distancié et critique sur le monde. Dans un monde globalisé et connecté, l'accès à l'information semble facilité mais nécessite une connaissance fine et éclairée des fonctionnements et des usages des modes de communication pour pratiquer le débat contradictoire et accéder à la culture de la controverse. Ce module a donc pour objet d'enseigner aux apprenants à se décentrer, à décrypter l'information, à prendre en compte autrui et ses valeurs afin d'argumenter et de débattre d'une opinion.

Disciplines	Volumes horaires hebdomadaires
Documentation	0.5h
Histoire-Géographie-EMC	1.5h
Lettres	1.75h

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C.2.1 Analyser l'information	Caractérisation et traitement de l'information Contextualisation de l'information	Information Document Évaluation de l'information Paysage informationnel Repères, acteurs et notions historiques et géographiques	Documentation Histoire-Géographie-EMC

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant sait caractériser une information, la traiter et la contextualiser, c'est-à-dire disposer des repères pour se l'approprier et la mettre en perspective.

Attendus de la formation

Travailler la nécessaire objectivité dont tous les citoyens doivent disposer lorsqu'ils se trouvent confrontés à une information constitue aujourd'hui un enjeu central pour l'éducation au sein d'une société "numérique". Cela passe par le développement d'un regard et d'une mise à distance critiques face aux informations.

Mobilisation des notions en information-documentation pour caractériser et traiter l'information

- Information et document : définitions, typologies, situations et rôles dans un contexte donné
- Évaluation de l'information : sélection, appropriation et utilisation de l'information à partir d'une pratique raisonnée de la recherche documentaire
- Paysage informationnel : construction d'une culture de l'information

Mobilisation de repères, acteurs, notions historiques pour contextualiser l'information

- Vivre en France en démocratie depuis 1945
- L'accès aux ressources pour produire, consommer, se loger et se déplacer

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C.2.2 Élaborer une pensée construite	Mobilisation de repères, acteurs, notions pertinents au regard du questionnement Analyse de faits et de documents Structuration de la démarche	Repères, acteurs et notions historiques et géographiques Méthodes et démarches historiques et géographiques	Histoire-Géographie-EMC

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant sait mobiliser les notions pertinentes pour analyser et confronter des faits et des documents de toutes natures issus de périodes et de territoires variés et parvient à structurer une démarche de raisonnement autonome afin de se forger une opinion étayée.

Attendus de la formation

L'enseignement d'histoire-géographie doit aider les élèves à comprendre le monde par l'examen du passé en histoire et par celui des territoires en géographie. Il les confronte, en observant les pratiques des acteurs d'hier et d'aujourd'hui, à la complexité des situations historiques et géographiques. L'histoire et la géographie donnent ainsi aux élèves des grilles de lecture du monde en les initiant aux méthodes de l'historien et du géographe

Guerres européennes, guerres mondiales, guerres totales (1914-1945) :

- Étude d'une situation : les batailles de 1916 : Verdun et la Somme
- Étude d'une situation : le génocide des Juifs et des Tziganes dans l'Europe en guerre
- Traitement général du thème : guerres européennes, guerres mondiales, guerres totales (1914-1945)

Le jeu des puissances dans les relations internationales (1945 à nos jours) : guerre froide, décolonisation, construction européenne, nouvel ordre mondial :

- Étude d'une situation : les Jeux Olympiques, un enjeu de la guerre froide
- Étude d'une situation : l'Irak en guerres (1980 à nos jours)
- Traitement général du thème : le jeu des puissances dans les relations internationales (1945 à nos jours) : guerre froide, décolonisation, construction européenne, nouvel ordre mondial

Des réseaux de production et d'échanges mondialisés :

- Étude d'une situation : les réseaux de câbles sous-marins, infrastructures essentielles de la mondialisation
- Étude d'une situation : l'Irak en guerres (1980 à nos jours)
- Traitement général du thème : des réseaux de production et d'échanges mondialisés

Une circulation croissante et diverse des personnes à l'échelle mondiale

- Étude d'une situation : diversité des migrations dans le bassin méditerranéen
- Étude d'une situation : les mobilités d'apprenants dans l'Union européenne
- Traitement général du thème : une circulation croissante et diverse des personnes à l'échelle mondiale

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C2.3 Formuler un point de vue argumenté et nuancé	Interprétation de l'œuvre littéraire Adaptation de la stratégie argumentative à la situation de communication et à la visée Mobilisation d'arguments et de procédés adaptés à la visée Maîtrise de la langue	Littérature et autres arts Stratégies de lecture diverses Argumentation Expression	Lettres

Conditions d'atteinte de la capacité

On attend de l'apprenant que son expérience de lecteur et son approche sensible des œuvres littéraires et artistiques lui permettent de prendre position dans un débat de société sur des questions liées à la nature et/ou aux solidarités. Il est ainsi capable d'agir en citoyen et en professionnel responsable.

La capacité est atteinte si l'apprenant est capable d'interpréter une œuvre littéraire, d'en percevoir le sens, les enjeux et la dimension esthétique pour formuler un point de vue argumenté et nuancé suivant une stratégie adaptée à la situation de communication et à la visée.

La maîtrise de la langue concourt à l'atteinte de cette capacité.

Attendus de la formation

L'enseignement vise à former un citoyen éclairé, ouvert et accompli grâce à la fréquentation des œuvres littéraires et artistiques.

Littérature et autres arts :

- Culture littéraire et artistiques
- Genres littéraires majeurs
- Formes, registres et tonalités

Stratégies de lecture diverses :

- Démarches de lectures actives
- Écrits d'appropriation
- Outils d'appropriation

Argumentation :

- Dimensions pragmatique et dialogique de l'argumentation
- Stratégies de l'argumentation
- Genres de l'argumentation

Expression :

- Respect des codes de la langue écrite
- Respect des codes de l'oral
- Précision et nuance du lexique

MG3

Construction et expressions des identités culturelles et professionnelles

Rappel des capacités visées

C3.1- Exprimer ses aspirations dans une culture commune

C3.2- Positionner son projet professionnel

C3.3- Communiquer avec le monde

Finalités de l'enseignement

L'enseignement doit permettre à l'apprenant d'exprimer ses émotions et aspirations personnelles et professionnelles, d'affiner sa connaissance de soi et d'autrui en s'engageant dans des processus de création et d'expression, d'échange, d'ouverture sur le monde et de mobilités.

Il vise à la fois à renforcer son identité et le sentiment d'appartenance à une culture commune et à faire l'expérience de l'altérité et de la diversité culturelle.

L'enseignement permet par ailleurs d'accompagner l'apprenant dans la construction de son projet professionnel sur l'ensemble du cycle terminal. Il l'amène à consolider son identité professionnelle et à se projeter vers une poursuite d'études.

Disciplines	Volumes horaires hebdomadaires
Lettres	0.25h
ESC	1h
LV	1.75h

Autres activités supports potentielles

Les EIE sont mobilisés et concourent, en associant des disciplines du domaine professionnel aux disciplines impliquées dans le module, à l'acquisition de la capacité C3.2 Positionner son projet professionnel. S'ils restent totalement à l'initiative de l'établissement, les EIE sont bien le support principal de l'accompagnement de l'apprenant dans l'élaboration de son projet professionnel. Les enseignements s'appuyant sur des visites, le fonctionnement de l'atelier technologique et de l'exploitation de l'établissement ainsi que les périodes de formation en milieu professionnel participent également à l'acquisition de cette capacité.

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C3.1 Exprimer ses aspirations dans une culture commune	<ul style="list-style-type: none">- Engagement dans une production personnelle- Prise en compte du destinataire dans ses intentions- Mobilisation du champ médiatique- Mobilisation de références littéraires, artistiques et culturelles- Qualité de l'expression artistique- Défense d'un point de vue- Maîtrise de la langue orale	<ul style="list-style-type: none">- Composantes de l'identité culturelle- Réalisation artistique- Valorisation et médiatisation de la création- Éloquence	Lettres ESC

Conditions d'atteinte de la capacité

On attend de l'apprenant qu'il soit en capacité de mobiliser des références littéraires, artistiques et culturelles pour s'engager dans une production personnelle.

Il doit s'interroger sur ses intentions, leurs effets sur le destinataire et défendre avec conviction son point de vue dans un discours devant un public.

La qualité de l'expression artistique et la maîtrise de la langue orale concourent à l'atteinte de cette capacité.

Attendus de la formation

Composantes de l'identité culturelle :

- Éléments constitutifs de l'appartenance à un groupe
- Facteurs endogènes et exogènes à la construction de l'identité
- Dimension évolutive de l'identité culturelle

Réalisation artistique :

- Confrontation au processus créatif contemporain
- Articulation de champs de création différents en lien avec la thématique choisie
- Contexte culturel et artistique du médium retenu (lien possible avec le domaine professionnel)
- Expression d'un potentiel créatif comme révélateur d'une identité culturelle
- Maîtrise technique du médium mobilisé par l'apprenant
- Maîtrise du vocabulaire technique associé
- Autonomie créatrice

Valorisation et médiatisation de la création :

- Place et rôle de l'art et de la culture dans le champ médiatique
- Explicitation de la démarche artistique entreprise
- Affirmation de son engagement créatif
- Approche esthétique

Éloquence

- Art oratoire
- Expression orale

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C3.2 Positionner son projet professionnel	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des potentiels - Identification des opportunités - Projection vers une identité professionnelle 	Connaissance de soi Aptitudes socio-professionnelles Identification des compétences professionnelles en fonction des métiers visés (voies de formation, contexte professionnel avec son cadre juridique et réglementaire) Dimension sociale de l'engagement professionnel Mise en valeur de l'ensemble de ses potentiels	ESC EIE

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant est en mesure de définir et valoriser son positionnement vis-à-vis du métier ou du champ professionnel visé grâce à une connaissance de ses aptitudes et du contexte professionnel. Cette capacité permet à l'apprenant de se situer en tant qu'individu et futur professionnel dans une dialectique articulant d'une part ses convictions personnelles et d'autre part les compétences attendues et les représentations du métier.

Attendus de la formation

Connaissance de soi :

- Cartographie de l'intime
- Réflexion sur soi et à travers les autres
- Conscientisation de son identité culturelle

Identification de ses aptitudes socio-professionnelles :

- Autonomie et sens des responsabilités
- Mobilité géographique et fonctionnelle
- Capacités relationnelles

Mise en valeur de l'ensemble de ses potentiels :

- Formulation claire du projet professionnel
- Atouts, perfectionnements et conditions nécessaires à sa réussite

Identification des compétences professionnelles en fonction des métiers visés :

- Cadre juridique et réglementaire
- Voies de formation et formation tout au long de la vie

Dimension sociale de l'engagement professionnel :

- Relation du champ professionnel avec la société
- Valeurs personnelles, responsabilité citoyenne et engagement professionnel

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C3.3 Communiquer avec le monde	<ul style="list-style-type: none">- Communication orale en langue étrangère- Communication écrite en langue étrangère	Culture et langue étrangères à visée sociale et professionnelle	Langue vivante

Conditions d'atteinte de la capacité

On attend de l'apprenant qu'il soit en capacité de mobiliser des savoirs langagiers et culturels pour communiquer en langue étrangère dans un cadre personnel, social ou professionnel, dans les cinq activités langagières (compréhension et expression écrites, compréhension orale, expression orale, en continu et en interaction).

Le niveau d'exigence attendu, en référence au Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL), est le niveau **B1+**.

Attendus de la formation

Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL)

- Niveau de compétence attendu, niveau **B1+** du CECRL « utilisateur indépendant de niveau seuil avancé »
- Progressivité des apprentissages et jalons du CECRL

Cinq activités langagières :

- Communication orale en langue étrangère (comprendre un message oral, s'exprimer à l'oral en continu, s'exprimer à l'oral en interaction)
- Communication écrite en langue étrangère (comprendre un message écrit, s'exprimer à l'écrit)

Approche actionnelle :

- Scénarisation de l'apprentissage linguistique à travers la réalisation de tâches
- Acquisition de stratégies langagières transférables à des situations de la vie courante

Contextualisation dans les situations de la vie courante :

- Domaine de la vie personnelle, sociale et culturelle
- Domaine de la vie professionnelle

MG4

Actions et engagements individuels et collectifs dans des situations sociales

Rappel des capacités visées

C4.1- Développer un mode de vie actif et solidaire

C4.2- Mettre en œuvre un projet collectif

C4.3- Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif

Finalités de l'enseignement

L'enseignement doit permettre de conduire des projets visant à développer l'autonomie des apprenants dans la prise en main de leur santé, leur efficacité motrice et leur capacité à agir dans un cadre collectif, à coopérer en vue d'un objectif partagé.

Cet enseignement s'inscrit dans le cadre d'un parcours global de formation en lien avec les enjeux d'intégration citoyenne mais aussi avec les attentes des milieux professionnels. La pédagogie par le projet développé dans ce module s'appuie sur des apprentissages coopératifs de nature à renforcer les compétences psychosociales des apprenants. La mise en œuvre pédagogique s'inscrit dans une approche de co-construction avec le groupe classe. Le projet collectif doit s'inscrire dans le territoire de l'établissement et impliquer des acteurs externes (mouvement associatif, assemblées, collectifs...).

Ce module vise en priorité, pour chacun des apprenants, le développement de compétences nécessaires à la fois à une meilleure insertion sociale, professionnelle, et au renforcement des capacités d'apprentissage tout au long de la vie par l'émancipation et l'accroissement du pouvoir d'agir individuel et collectif :

Compétences sociales : coopération, négociation, gestion des conflits, capacité d'affirmation et de résistance, capacité à donner et recevoir des feed-back (boucles de rétroaction), persévérance, adaptation ...

Compétences émotionnelles : maîtrise des émotions, autoévaluation, autorégulation favorisant la confiance et l'estime de soi.

Compétences cognitives : prise de décision, résolution de problèmes, sentiment de compétence, créativité, pensée critique.

Disciplines	Volumes horaires hebdomadaires
EPS	2h
ESC	0.5h
HG-EMC	0.25h

Autres activités supports potentielles

En fonction des contextes locaux, les EIE sont mobilisés dans un but de consolidation des compétences psychosociales. S'ils restent totalement à l'initiative de l'établissement, les EIE sont bien le support principal de la conduite du projet collectif et ils participent à la construction de la capacité visée.

La pluridisciplinarité liée à ce module est à construire pour permettre aux apprenants de s'approprier les principes d'un fonctionnement démocratique en observant leur mise en œuvre concrète. Elle peut en outre nourrir la thématique du projet collectif et renforcer les apprentissages psychosociaux visés par le bloc.

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C4.1 Développer un mode de vie actif et solidaire	<ul style="list-style-type: none"> - Engagement autour d'expériences motrices variées - Mobilisation de ressources motrices et méthodologiques - Mobilisation de ressources relationnelles et sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Habiletés motrices (techniques sportives et corporelles) au service de l'efficacité dans les APSA/ Entretien de soi Méthodes d'observation, d'appréciation, de gestion de l'activité physique Attitudes et méthodes coopératives et collaboratives Expression orale visant à évoquer les expériences vécues, à extraire et verbaliser les procédures favorisant la réussite 	EPS

Conditions d'atteinte de la capacité

On attend de l'apprenant qu'il soit en capacité d'organiser sa pratique physique, en choisissant des activités singulières, une fréquence, une durée et une intensité, au bénéfice d'une plus grande efficacité motrice dans les activités sportives et artistiques pratiquées, de sa santé, de son bien-être et de son plaisir d'agir.

L'apprenant doit également être en capacité de créer des liens engageant des responsabilités et des intérêts communs en vue d'interagir positivement, efficacement et en sécurité.

Attendus de la formation

L'enjeu majeur est de donner du sens à la pratique physique pour que tous l'intègrent dans leur vie quotidienne d'adulte, de manière autonome et ce à long terme. L'enjeu est également de faire vivre des démarches collaboratives permettant de développer et de réinvestir durablement les valeurs de solidarité.

AFLP 1 Efficacité motrice dans les projets de performance individuels et collectifs

- Développement et gestion des ressources énergétiques, perceptives, décisionnelles, émotionnelles.

- Mobilisation des coordinations techniques en lien avec les APSA

- Développer une culture stratégique et tactique en lien avec les APSA

AFLP 2 Savoir s'entraîner / s'entretenir

- Procédures d'échauffement et de récupération adaptées aux activités physiques sportives et artistiques

- Concevoir, analyser, réguler son activité et son engagement physique, psychologique, au regard des APSA et des états de forme.

- Création d'habitudes de santé pour son bien-être et pour prévenir certains troubles (TMS, addictions, Troubles de l'alimentation...)

AFLP 3 S'investir dans différents rôles sociaux au sein d'un collectif

- Communication et expression orale en lien avec sa pratique ou celle d'autres élèves.

- Attitudes et savoir-faire collaboratifs : stratégies d'organisation et de résolution collective

- Tutorat, aide à l'apprentissage : observer, rendre compte, faire des propositions simples

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C4.2 Mettre en œuvre un projet collectif	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte de la commande - Appropriation du projet et implication - Adaptation aux imprévus - Coopération au sein d'un collectif 	Connaissance de l'environnement social, culturel et professionnel Méthodologie du projet en mode coopératif. Fonctionnement des groupes et modalités de prises de décision Connaissance de soi pour agir et se positionner dans un projet coopératif	ESC Histoire-géographie EMC EIE

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant parvient, en déployant une stratégie de coopération, à participer activement à une démarche de projet collectif, répondant à une commande

Attendus de la formation

Connaissance de l'environnement social, culturel et professionnel :

- Identification des opportunités locales
- Identification des partenaires

Méthodologie du projet en mode coopératif :

- Co-construction d'un cahier des charges
- Organisation et planification du travail sur un mode coopératif

-Dynamique de groupe : vecteur de changement, d'innovation et de cohésion :

- Repérage des savoirs, savoir-faire et savoir-être du groupe
- Responsabilité vis-à-vis du groupe et intelligence collective
- Repérage des modes de communication et remédiation aux blocages
- Écoute active et communication au service de l'animation du groupe
- Fonctionnement des groupes et modalités de prises de décision
- Coopération et dynamique collective
- Principes et expériences du fonctionnement démocratique
- Résolution collective de problèmes

Capacité évaluée	Critères d'évaluation	Savoirs mobilisés	Disciplines
C4.3 Conduire une analyse réflexive de son action au sein d'un collectif	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement dans une action collective - Retour objectif sur son action - Projection et transfert dans une situation sociale ou professionnelle future 	Observation du groupe et de la conduite de l'action Identification des compétences psychosociales sollicitées ou acquises Auto-évaluation continue	ESC EIE

Conditions d'atteinte de la capacité

La capacité est atteinte si l'apprenant parvient à prendre position de manière objective vis-à-vis de la conduite d'un projet (méthode, réponse à la commande, organisation du travail) et à tirer parti de cette expérience dans d'autres situations sociales et professionnelles.

Attendus de la formation

Cet enseignement vise à former des citoyens éclairés en permettant à travers l'expérience de l'engagement dans un projet collectif de dépasser les déterminations psychologiques, socio-économiques, culturelles.

Observation du groupe et de la conduite de l'action :

- Construction d'un positionnement dynamique (évolutif)

Identification des compétences psycho-sociales mobilisées :

- Compétences techniques et compétences relationnelles
- Construction de grille de lecture des soft skills pour les repérer et les articuler

Évaluation continue de son action au sein du collectif :

- Évaluation entre pairs
- Auto-évaluation
- Évaluation différentielle ouverte
- Boucles évaluatives (évaluer sans décourager)

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 processus 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 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 marchandisage 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
EMC	Enseignement moral et civique
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

