

République française

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE

ARRÊTÉ du 10 Juillet 2000

portant création et fixant les conditions de délivrance du certificat de spécialisation «responsable technico-commercial : produits carnés »

NOR : AGRE001446A

Le Ministre de l'agriculture et de la pêche

VU le code rural, notamment le livre VIII ;

VU le code du travail , et notamment les livres I^{er} et IX ;

VU l'arrêté du 12 janvier 1995 portant création et fixant les modalités d'organisation des certificats de spécialisation délivrés par le ministre chargé de l'agriculture ;

VU l'avis de la commission professionnelle consultative du 16 mai 2000 ;

VU l'avis du comité technique paritaire central de la direction générale de l'enseignement et de la recherche du 25 mai 2000 ;

VU l'avis du conseil national de l'enseignement agricole du 30 mai 2000

Arrête :

Article premier

Il est créé un certificat de spécialisation «responsable technico-commercial : produits carnés ».

Article deux

Le contenu de la formation du certificat de spécialisation s'appuie sur le référentiel du brevet technicien supérieur agricole, option « industries agroalimentaires» .

Article trois

Conformément à l'article 4 de l'arrêté du 12 janvier 1995 portant création et fixant les modalités d'organisation des certificats de spécialisation délivrés par le ministre chargé de l'agriculture, le certificat de spécialisation «responsable technico-commercial : produits carnés » est accessible aux candidats titulaires :

- du brevet technicien supérieur agricole, option « industries agroalimentaires»,
- du brevet de technicien supérieur agricole option « productions animales »
- du brevet de technicien supérieur agricole option « technico-commercial »

- du brevet de technicien supérieur agricole option « analyse et conduite de systèmes d'exploitation »

ou, sur décision du directeur régional de l'agriculture et de la forêt, d'un diplôme ou titre homologué de niveau au moins équivalent, de spécialité voisine, ou d'attestation de suivi de formations reconnues dans les conventions collectives.

Article quatre

La durée de la formation en centre est de 560 heures. Lorsque le certificat de spécialisation est délivré selon la modalité des unités capitalisables, conformément aux dispositions prévues par la réglementation, la durée de la formation peut être réduite.

Article cinq

Le référentiel professionnel fait l'objet de l'annexe I du présent arrêté.

Le référentiel d'évaluation rédigé en termes de capacités, constitue l'annexe II.

La structure de l'évaluation en épreuves terminales est présentée à l'annexe III du présent arrêté*.

Article six

Le directeur général de l'enseignement et de la recherche et les directeurs régionaux de l'agriculture et de la forêt sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à PARIS, le

Pour le Ministre et par délégation :
le Directeur général de l'enseignement et de la
recherche

Jean-Claude LEBOSSÉ

* Les annexes sont disponibles et peuvent être téléchargées sur le site de l'enseignement agricole public "educagri.fr", à l'adresse suivante : <http://www.educagri.fr/systeme/present/diplomes/cs.htm>



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA PÊCHE

Certificat de spécialisation
«Responsable technico-commercial : produits carnés »

Arrêté du 10 juillet 2000

ANNEXE I : REFERENTIEL PROFESSIONNEL.....	2
ANNEXE II : REFERENTIEL D'EVALUATION.....	8
ANNEXE III : STRUCTURE DE L'EVALUATION EN EPREUVES TERMINALES	13

Annexe I : référentiel professionnel

I identification des emplois

1- Les entreprises concernées.

- Les **entreprises agro-alimentaires du secteur de la viande** et des produits carnés (abattage et transformation),
- Les **entreprises du commerce de gros** de la viande et des produits carnés,
- La **grande distribution** le cas échéant.

2- Les emplois de commerciaux

Le terme « technico-commercial » est utilisé dans un sens générique. Il désigne un commercial dont l'activité comporte une dimension technique importante. Celle-ci est conditionnée par la nature des produits commercialisés, les orientations de l'entreprise et notamment les types de marchés (marché industriel, grande distribution, marché traditionnel, restauration hors foyer) et par le type d'emploi occupé.

Concernant la viande et les produits carnés, la technicité recouvre :

- La connaissance des spécificités techniques de la viande (origine, type de découpe, qualité organoleptique et technique, conditionnement...).
- La connaissance des process et le cas échéant leur mise en oeuvre avant la commercialisation (découpe, transformation, conditionnement), qui implique le strict respect des normes d'hygiène et de sécurité.

Plusieurs appellations sont utilisées :

- Dans le secteur industriel et le commerce de gros : "technico-commercial", "vendeur", "acheteur", "responsable commercial" ou "assistant commercial", "animateur de vente"...
- Dans le secteur de la grande distribution : "chef de rayon boucherie".
-

3- Situation fonctionnelle.

La situation fonctionnelle des technico-commerciaux est fortement variable en fonction de l'entreprise qui les emploie, de ses activités, de sa taille et son mode d'organisation... On peut distinguer deux grands types de situations.

- Commercial sur un secteur. Il exerce son activité sur un secteur géographique qui lui est affecté et auprès d'un portefeuille de clients. C'est donc un emploi qui exige mobilité et disponibilité. Généralement seul sur le terrain, son activité s'exerce au sein d'une équipe de commerciaux, sous la responsabilité de l'encadrement, en relation étroite avec les différents services de l'entreprise (production, ordonnancement, logistique, comptable...). En fonction des orientations de l'entreprise, il peut-être spécialisé sur un type de marché ou polyvalent.
- Commercial "sédentaire". Il peut occuper différents types de postes dans l'entreprise correspondant à la fonction achat ou à la fonction vente, à une fonction de gestionnaire (chef de

rayon), à une fonction marketing. S'agissant d'encadrement intermédiaire, il est généralement responsable d'une équipe.

4- Fonctions du technico-commercial

Le technico-commercial est chargé de mettre en œuvre la politique commerciale de l'entreprise, sur un secteur géographique, un type de marché, un point de vente...

Cette fonction générale peut se décliner en trois grands groupes de fonctions, toujours présentes, mais de façon plus ou moins importantes en fonction du type de poste occupé.

- Une fonction opérationnelle de vente et/ou d'achat : par exemple "technico-commercial de secteur", "acheteur".
- Une fonction de gestionnaire : par exemple "chef ou manager de rayon ", "responsable des achats".
- Une fonction stratégique de définition d'une politique commerciale : par exemple "assistant marketing"...

Les activités correspondantes à ces fonctions peuvent être classées en fonction des compétences auxquelles elles font appel, en quatre domaines transversaux qui constituent l'architecture du référentiel professionnel :

- des compétences organisationnelles et de gestion,
- des compétences relationnelles et de communication,
- des compétences d'adaptation,
- des compétences techniques.
-

5- Autonomie / responsabilité.

L'activité du commercial est cadrée par la politique de l'entreprise et par les objectifs qui lui sont assignés. A l'intérieur de ce cadre, il dispose d'une marge d'autonomie et exerce des responsabilités variables en fonction du type de poste occupé.

- Les commerciaux de secteur sont généralement très autonomes dans l'organisation de leur travail. En fonction de leur expérience, ils disposent d'une plus ou moins grande autonomie dans la négociation commerciale, mais celle-ci repose sur leur parfaite connaissance du fonctionnement de l'entreprise, de sa stratégie commerciale et de ses contraintes de production, ainsi que de la marge de manœuvre dont ils disposent (les objectifs, les niveaux de marge).
- Les commerciaux qui exercent leur activité au sein de l'entreprise et qui appartiennent à l'encadrement intermédiaire sont généralement responsables de leur activité (un rayon, un point de vente, un type de marché), tant en ce qui concerne la gestion (marchandises, hommes, équipements) que les résultats. S'agissant de produits frais, ils exercent une responsabilité forte dans le domaine de l'hygiène et de la sécurité alimentaire (cas de chefs de rayon), ainsi que de la sécurité des personnels qu'ils encadrent, compte tenu de la dangerosité des process mis en oeuvre.
-

6- Evolutions dans le poste et hors du poste.

L'accès à un poste de commercial dans une entreprise passe souvent par un emploi intermédiaire d'entrée en fonction, qui permet de comprendre le fonctionnement de l'entreprise et de bien connaître les produits (télévendeur ou emploi de production par exemple).

Les emplois accessibles à partir d'un poste de commercial dépendent du type d'entreprise et de sa taille. Le commercial peut par exemple élargir son champ d'activité à de nouveaux marchés, accéder par l'expérience à des emplois d'encadrement (chef de service, responsable des ventes). Dans la grande distribution par exemple, l'accès au poste de chef, de responsable ou de manager de secteur constitue un déroulement normal de carrière, pouvant ensuite évoluer vers des fonctions d'acheteur, voire de responsable de magasin.

II : Fiche descriptive d'activités

Le technico-commercial est chargé de mettre en œuvre la politique commerciale de l'entreprise (achat et / ou vente) sur un secteur géographique, un type de marché, un secteur géographique, un point de vente, un rayon.

1- Il gère et organise toutes les composantes de son activité.

11- Il organise et gère son travail et le travail de son équipe.

111- Il organise sa propre activité (planification du travail, rendez-vous, déplacements, permanence téléphonique...)

112- Le cas échéant, il gère et organise le travail d'une équipe

- Il planifie les tâches et les répartit dans l'équipe,
- Il peut assurer le suivi administratif des membres de l'équipe (congrés, horaires, salaires...)
- Il veille au respect des règles d'hygiène, de sécurité et de la réglementation du travail...

12- Il gère les marchandises.

121- Il gère les ventes et les stocks en utilisant les outils informatiques.

Dans la grande distribution :

- Il suit et gère les ventes en utilisant les techniques de merchandising.
- Il assure le réassortiment en relation avec le service approvisionnement (respect de la gamme).
- Il gère les stocks (rotation, suivi des DLC).

Dans les entreprises industrielles et du commerce de gros

- Il participe à la gestion des stocks en prévoyant les besoins de ses clients et en assurant les dégagements. Il adapte sa stratégie commerciale en conséquence.

122- Dans le cadre d'une fonction achat, il gère les approvisionnements en fonction des besoins de l'entreprise.

- Il prend connaissance des besoins quantitatifs et qualitatifs de l'entreprise.
- Il organise et planifie les approvisionnements en fonction du calendrier de production.

123- Il applique et fait appliquer la réglementation commerciale générale et spécifique aux produits commercialisés.

13- Il gère les matériels, équipements, locaux, dont il a la responsabilité.

131- Il organise l'espace, prévoit les affectations.

132- Il organise et gère l'utilisation des équipements et matériels commerciaux (mobilier, caisses, informatiques...) et s'assure de leur entretien, le cas échéant de leur bon fonctionnement dans le respect de la réglementation (équipements de froid).

14- Il gère les résultats de l'activité conformément à ses objectifs.

141- Il assure la rentabilité de son activité (le chiffre d'affaire, les prix, les frais, les marges...).

142- Il élabore et utilise des outils de suivi de l'activité (tableaux de bord, indicateurs).

143- Il procède aux ajustements.

144- Le cas échéant, il assure les recouvrements.

2- Il établit des relations commerciales avec les clients et fournisseurs et communique dans l'entreprise.

21- Il met en œuvre et entretient des conditions favorables à une relation commerciale avec les clients et/ou les fournisseurs.

211- Sur un secteur ou un type de marché, il assure la prospection et le suivi de nouveaux clients et/ou fournisseurs.

- Il se constitue un réseau d'information pour organiser la prospection.
- Il visite les clients et/ou fournisseurs éventuels, présente son entreprise, propose les produits ou services de son entreprise.
- Il assure le suivi des clients qu'il fidélise, par des visites régulières, des contacts téléphoniques...
Il adapte sa démarche aux attentes des clients (rythme et type de contacts).

212- Dans l'entreprise, il s'assure de la qualité et de l'efficacité de l'accueil des clients et fournisseurs.

213- Il établit avec les clients et/ou les fournisseurs différents type de relations contractuelles (cahier des charges, contrat d'approvisionnement, contrat de vente...).

214- Il utilise les outils de communication de l'entreprise avec ses clients et fournisseurs (téléphone, fax, mails...).

22- Il conduit la relation commerciale avec les clients et fournisseurs.

221- il s'informe des besoins des clients et apporte des réponses adaptées. / Il informe les fournisseurs des besoins de l'entreprise et s'informe sur les produits proposés.

222- il présente les produits qu'il commercialise et en assure la promotion (argumentaire). Il informe les clients sur les prix, les disponibilités, les promotions, apporte des conseils sur le choix, l'utilisation des produits ou services.

223- il gère les litiges éventuels, s'informe auprès des clients ou informe les fournisseurs d'éventuels problèmes sur les précédentes commandes.

224- Il conduit la négociation commerciale sur les prix, les conditions de vente, de paiement, de livraison...

23- Il participe à la communication au sein de son équipe et de l'entreprise.

231- Il peut assurer l'animation d'une équipe, placée sous sa responsabilité.

- Il organise la communication dans l'équipe, recueille et transmet des informations, anime des réunions.
- Il assure le suivi individuel des membres de l'équipe (ajustement de l'activité, formation continue). Il peut participer à l'embauche, au positionnement...

232- Il participe à la communication et à la circulation de l'information dans l'entreprise

- Il participe à différentes réunions, le cas échéant il les anime.
- Il s'informe des activités de l'entreprise et rend compte de sa propre activité par différents moyens (oralement, par écrit).

233- Il assure les relations fonctionnelles entre son service et les autres services de l'entreprise (administratif, comptable, logistique, production, ordonnancement...).

- Il transmet les informations nécessaires au fonctionnement des autres services, s'informe auprès des autres services pour organiser son activité.
- Il utilise les moyens de communication et d'information de l'entreprise.

3- Il adapte son activité en fonction des évolutions commerciales, techniques, réglementaires.

31- Il assure une fonction permanente de veille technique, commerciale, réglementaire.

311- Il se tient informé des évolutions techniques concernant les produits et les process de l'entreprise.

312- Il est à l'écoute des attentes des clients concernant les produits qu'il commercialise (présentation, conditionnement...) et transmet les informations aux services concernés (production, logistique).

313- Il s'informe en permanence sur l'évolution des marchés, sur l'organisation des filières, les habitudes de consommation...

314- il se tient informé des évolutions réglementaires.

32- Il mobilise les informations dont il dispose pour adapter son activité.

321- Il participe à l'élaboration ou à l'adaptation de la politique commerciale de l'entreprise (mercatique).

322- Il adapte sa propre stratégie commerciale et son organisation en fonction du contexte et de la politique commerciale de l'entreprise.

4- Il mobilise des connaissances et met en œuvre des techniques relatives aux produits, aux process et à l'utilisation des produits.

41- Il mobilise des connaissances techniques sur les produits et les process dans le cadre de son activité commerciale

411- Dans le cas d'une fonction achat, il précise aux fournisseurs les caractéristiques des produits en fonction des besoins de l'entreprise, il participe le cas échéant à la rédaction du cahier des charges, au référencement des produits.

412- Il contrôle les produits achetés, vérifie la qualité et la conformité à la commande, au cahier des charges. Le cas échéant, il fait procéder à des contrôles.

413- Il vérifie les produits commercialisés, s'assure de la conformité des livraisons à la commande en quantité et en qualité, le cas échéant, il assure la régulation avec le client.

414- Il informe et conseille les clients :

- Il présente les caractéristiques techniques des produits de l'entreprise et sur les procédés de fabrication. Le cas échéant, il apporte des informations techniques sur leur utilisation dans un process (cas du marché industriel).
- Il prend en compte les besoins et les attentes du client sur des aspects techniques (type de découpe, conditionnement...) en intégrant les contraintes techniques de fabrication (faisabilité).

415- Il applique la réglementation spécifique aux produits commercialisés en matière d'hygiène, de sécurité alimentaire, d'information des clients.

42- Dans le cadre d'un atelier de transformation attaché à l'activité commerciale, il peut être amené à mettre en œuvre des process de transformation et de conservation des produits carnés.

421- Il organise et suit la production de l'atelier de transformation (découpe, parage, fabrication de plats cuisinés, conditionnement, conservation...).

- Il organise le fonctionnement de l'atelier en fonction de la charge de travail, prévoit les affectations de poste, organise l'approvisionnement.
- Il supervise l'ensemble des opérations techniques de l'atelier de transformation et fait appliquer les procédures de fabrication, de nettoyage, de désinfection et d'entretien des matériels.
- Il contrôle l'état du matériel et des machines, s'assure des opérations de maintenance courante, intervient en cas de problème.
- Il peut occuper occasionnellement un poste de travail dans l'atelier (remplacement, surcharge, tutorat). Il utilise les différentes machines de l'atelier et réalise les différentes opérations techniques de fabrication, de conservation, de conditionnement.

432- Il respecte et fait respecter les règles d'hygiène de traçabilité et de sécurité.

- Il applique et fait appliquer les règles d'hygiène et de sécurité de l'entreprise, notamment en ce qui concerne l'usage des matériels coupants.
- Il applique et fait appliquer la réglementation en matière d'hygiène alimentaire et d'information des consommateurs (étiquetage).
- Il met en œuvre des mesures correctives.

433- le cas échéant, il contribue à l'élaboration des procédures qualités (certification ISO, certification produit, HACCP) et veille à leur mise en œuvre.

Annexe II : Référentiel d'évaluation

I : Structure du référentiel

UC 1

OTI 1 : Etre capable de participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise du secteur de la viande et des produits carnés

UC 2

OTI 2 : Etre capable d'utiliser les techniques de négociation et de vente dans le secteur de la viande et des produits carnés

UC 3

OTI 3 : Etre capable de gérer l'activité commerciale de l'entreprise du secteur de la viande et des produits carnés dans le respect de la réglementation

UC 4

OTI 4 : Etre capable de mobiliser les connaissances techniques et économiques relatives aux produits et aux process du secteur de la viande et des produits carnés dans le cadre de son activité

II : Liste des objectifs

OTI 1 : Etre capable de participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise du secteur de la viande et des produits carnés

OI 1.1 : Etre capable de choisir les segments constituant le marché cible

OI 1.1.1 : Etre capable de réaliser une étude de marché

OI 1.1.2 : Etre capable d'utiliser les données des études permanentes de consommation

OI 1.2 : Etre capable de positionner le produit

OI 1.2.1 : Etre capable de définir la qualité du produit

OI 1.2.2 : Etre capable de choisir une marque

OI 1.2.3 : Etre capable de proposer un cahier des charges pour l'emballage, l'étiquetage et/ou le montage

OI 1.2.4 : Etre capable de fixer un prix

OI 1.3 : Etre capable de distribuer le produit sur le marché national et à l'extérieur

OI 1.3.1 : Etre capable de présenter les caractéristiques de chaque type de point de vente

OI 1.3.2 : Etre capable de caractériser les méthodes de vente adaptées au lieu de distribution

OI 1.3.3 : Etre capable de choisir les circuits de distribution

OI 1.3.4 : Etre capable d'élaborer une stratégie de communication

OI 1.3.5 : Etre capable de choisir les outils et les techniques de merchandising

OI 1.4 : Etre capable de constituer un portefeuille de clientèle

OI 1.4.1 : Etre capable de choisir les outils destinés à la constitution de la clientèle

OI 1.4.2 : Etre capable d'établir un plan de prospection

OI 1.4.3 : Etre capable d'établir la relation commerciale avec le client

OTI 2 : Etre capable d'utiliser les techniques de négociation et de vente dans le secteur de la viande et des produits carnés

OI 2.1 : Etre capable de réaliser une action de prospection à partir du fichier client

OI 2.1.1 : Etre capable de prospecter par téléphone

OI 2.1.2 : Etre capable d'identifier des clients nouveaux

OI 2.1.3 : Etre capable de rédiger des courriers commerciaux

OI 2.2 : Etre capable de préparer l'entretien de vente et/ou de négociation

OI 2.2.1 : Etre capable de réaliser l'argumentaire

OI 2.2.2 : Etre capable de formaliser un cahier des charges, un contrat d'approvisionnement, de vente

OI 2.2.3 : Etre capable de planifier ses rendez-vous

OI 2.3 : Etre capable de mener un entretien de vente et/ou de négociation

OI 2.3.1 : Etre capable réaliser une animation autour d'un produit

OI 2.3.2 : Etre capable de négocier les conditions de vente et/ou d'achat : prix, quantité, délais de livraison, conditionnement...

OI 2.3.3 : Etre capable de conclure une commande

OI 2.3.4 : Etre capable de réaliser le suivi clientèle

OTI 3 : Etre capable de gérer l'activité commerciale de l'entreprise du secteur de la viande et des produits carnés dans le respect de la réglementation

OI 3.1 : Etre capable d'assurer la gestion matières

OI 3.1.1 : Etre capable de gérer les stocks

OI 3.1.2 : Etre capable de gérer les commandes

OI 3.1.3 : Etre capable de gérer les expéditions

OI 3.1.4 : Etre capable d'assurer le merchandising

OI 3.2 : Etre capable d'assurer la gestion administrative et financière dans le respect des réglementations

OI 3.2.1 : Etre capable d'optimiser la rentabilité de son activité

OI 3.2.2 : Etre capable d'assurer la facturation

OI 3.2.3 : Etre capable de réaliser le suivi des encaissements

OI 3.2.4 : Etre capable de traiter les problèmes et litiges

OI 3.3 : Etre capable de gérer la force de vente

OI 3.3.1 : Etre capable d'organiser le réseau des vendeurs

OI 3.3.2 : Etre capable de stimuler la force de vente

OI 3.3.3 : Etre capable de contrôler l'activité des vendeurs

OTI 4 : Etre capable de mobiliser les connaissances techniques et économiques relatives aux produits et aux process du secteur de la viande et des produits carnés dans le cadre de son activité

OI 4.1 : Etre capable de présenter les produits carnés achetés ou vendus

OI 4.1.1 : Etre capable de rappeler les caractéristiques des produits

OI 4.1.2 : Etre capable de renseigner sur les procédés de préparation et de fabrication de l'entreprise

OI 4.1.3 : Etre capable, après étude technique de faisabilité, de proposer un produit adapté à la demande du client

OI 4.1.4 : Etre capable de présenter l'environnement réglementaire de la transformation, de la conservation et de la commercialisation des produits carnés

OI 4.2 : Etre capable de conduire les process de transformation et de conservation des produits carnés

OI 4.2.1 : Etre capable d'expliquer les différentes étapes du process

OI 4.2.2 : Etre capable d'assurer la veille technologique concernant les produits et leur process de fabrication

OI 4.2.3 : Etre capable d'effectuer des contrôles de qualité et de conformité des produits

OI 4.2.4 : Etre capable de superviser les activités de l'atelier de transformation

OI 4.2.5 : Etre capable d'appliquer la réglementation en matière d'hygiène, de sécurité alimentaire et de traçabilité

OI 4.3 : Etre capable d'assurer la gestion matérielle des locaux

OI 4.3.1 : Etre capable d'organiser l'espace de travail

OI 4.3.2 : Etre capable de gérer l'utilisation et l'entretien des matériels et des équipements

Annexe III : Structure de l'évaluation en épreuves terminales

L'évaluation, lorsqu'elle est organisée sous la forme d'épreuves terminales, comprend 3 épreuves.

Epreuve 1 - coefficient 1

Soutenance orale de 1h (20 mn de présentation et 40 mn de réponses aux questions du jury qui disposera de documents concernant l'entreprise de stage du candidat).

Le stage servira de support à un travail de synthèse et d'analyse sur l'entreprise. Le candidat présentera au cours de la soutenance orale des propositions concernant les axes de développement de la politique commerciale que pourrait adopter l'entreprise.

Epreuve 2 - coefficient 2

Epreuve écrite de 2 heures : à partir d'un fichier-client et/ou d'un panel client d'un secteur géographique déterminé et d'une gamme de produits, établir la planification de l'activité commerciale pendant un mois. La partie de l'épreuve concernant la gestion administrative et financière pourra être évaluée sur ordinateur.

Epreuve 3 - coefficient 2

Epreuve pratique de 1h (préparation comprise) portant sur une vente/conseil par téléphone. Le candidat devra conseiller un responsable produit d'une grande ou moyenne surface de vente (GMS), ou un grossiste ou un détaillant, sur sa stratégie, le choix des produits, le choix du process de fabrication, le prix de vente, etc. Il précisera les aspects réglementaires liés à la commercialisation de ces produits.

Le jury devra donc comprendre un professionnel qui jouera le rôle du responsable produit et qui disposera d'un dossier complet sur le rayon que le candidat est censé diriger.

La réussite à l'examen est conditionnée par l'obtention d'une note moyenne de 10 sur 20 pour l'ensemble des épreuves terminales.