

MC VENTE CONSEIL EN BOUCHERIE



ACCOMPAGNER



FORMER



DIPLÔMER

GUIDE PÉDAGOGIQUE POUR LA FORMATION

GUIDE PÉDAGOGIQUE POUR LA FORMATION

I PROPOS INTRODUCTIFS

- Mot de l'Inspecteur général..... P 3
- Mot du président de la CFBCT..... P 4

II LES INTENTIONS DU RÉFÉRENTIEL

- Structure du référentiel..... P 5

III LE RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

- Bloc 1 : Approvisionner et mettre en valeur des espaces de vente..... P 6
- Bloc 2 : Mettre en œuvre, personnaliser et développer la relation client

IV LA STRATÉGIE DE FORMATION

- Progression pédagogique et stratégie d'enseignement..... P 7
- La constitution de l'équipe pédagogique..... P 8
- Positionnement des enseignements..... P 8
- Programmation des séances pédagogiques..... P 13
- Le portfolio au cœur de la formation P 14
- Planification des apprentissages et de l'évaluation..... P 15
- L'alternance pédagogique : l'entreprise co-formatrice..... P 15
- Le suivi des acquis des apprenants..... P 18
- Les domaines d'enseignement..... P 19
- Proposition de déroulement sur le cycle de formation..... P 20
- Illustration d'une séquence hebdomadaire « commercialiser le veau » P 21
- Recommandations pédagogiques Pôle 2 – Conseil et vente au client P 29
- Recommandations pédagogiques Pôle 2 – Participation au développement de la relation client P 32
- Portfolio support dans l'acte de formation..... P 35

V LA MISE EN ŒUVRE DE LA CERTIFICATION

- Définition des épreuves P 38
- EP1 Épreuve, mode CCF - Ponctuel..... P 40
- EP2 Épreuve, mode CCF - Ponctuel..... P 46
- EP1 Projet grille d'évaluation - Ponctuel..... P 55
- EP2 Projet grille d'évaluation - Ponctuel..... P 57

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

- Étude de cas « M. Gaillac »..... P 60
- Étude de cas « Le veau »..... P 66
- Ressources numériques pédagogiques P 74

Crédit photos CFBCT - Interbev - la Viande.fr

PRÉAMBULE

Ce guide repère est destiné à aider les formateurs et enseignants ; il explicite le référentiel. Il s'adresse aux équipes pédagogiques, responsables d'unités pédagogiques et aux inspecteurs chargés de la mise en œuvre de la formation de ce diplôme. Ce guide contribue à mettre en exergue des points clés de la formation à dispenser et ouvre des pistes de réflexions pédagogiques et ne se veut aucunement un modèle à reproduire.





I PROPOS INTRODUCTIFS

Dominique Catoir, inspecteur général de L'éducation, du sport et de la recherche

La rénovation d'un diplôme est une dynamique collective de réflexion sur des métiers et leurs évolutions. Il s'agissait pour les professionnels de la boucherie de répondre à un besoin de vendeur spécialisé ne pouvant être formé dans les autres diplômes à caractère commercial pour être en adéquation avec les évolutions du marché et des pratiques professionnelles en boucherie. Cette mention complémentaire permet ainsi à des titulaires du CAP Boucher d'approfondir leur professionnalité dans la vente et le conseil en boucherie.

Je tiens à remercier à nouveau tous les membres du groupe de création de la nouvelle Mention complémentaire vente-conseil en boucherie, ainsi que les nombreux professionnels que nous avons rencontrés pour bien appréhender leurs besoins qu'ils soient des professionnels de terrain ou les représentants de la confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs (CFBCT) et la fédération du commerce et de la distribution (FCD). Cette création a été portée par la CFBCT qui représente la boucherie artisanale. Cependant, le groupe de travail a associé la fédération du commerce et de la distribution (FCD) et les travaux ont été présentés à la confédération nationale des charcutiers-traiteurs (CNCT), ces deux secteurs étant susceptibles d'employer les titulaires de cette nouvelle mention. Nous sommes parvenus à écrire un référentiel qui répond aux intentions initiales en tenant compte des points de vue de tous les professionnels associés ou rencontrés qui ont su nous exprimer leurs attentes et leur intérêt pour ce nouveau diplôme qui devrait avoir un bel avenir, grâce à l'investissement des professeurs et formateurs, et à la réussite des apprenants dans ce nouveau parcours qui leur est offert.

Les membres du groupe de rénovation sont engagés bien au-delà de l'écriture du référentiel notamment par la réflexion menée pour la formation et l'accompagnement indispensable à sa mise en œuvre. Ce guide témoigne de la dynamique et de la volonté commune de préparer les vendeurs-conseils en boucherie de demain.

Ce guide précise les intentions du référentiel, et cherche à le rendre opérationnel en termes de formation des apprenants. Il s'agit donc de guider les formateurs et enseignants sur le plan pédagogique et didactique en privilégiant le développement des compétences commerciales dans un contexte professionnel spécifique dans la continuité du CAP Boucher. Cela passe par des pistes de travail et de mise en œuvre, des modalités d'organisation, d'évaluation et des projections vers la certification. Ces repères pour la formation ont vocation à évoluer. Ils pourront être enrichis par des praticiens voulant apporter leur contribution pour une bonne préparation des futurs vendeurs-conseils en boucherie.

Gageons que comme les professionnels avec qui nous avons travaillé ce nouveau référentiel, les élèves et apprentis trouveront leur vocation dans un métier d'engagement et de passion. Nous comptons sur vous qui allez former et préparer les futurs candidats pour leur apporter cette volonté de services et de qualité aux clients en développant les compétences professionnelles et la culture indispensables pour rester à l'écoute des grandes évolutions du métier qu'ils auront choisi.

Nous souhaitons à tous de bons moments de partage avec les élèves et apprentis qui seront les vendeurs de demain de produits de qualité.

LES MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL DE RENOVATION

Contribution à la rédaction du référentiel - Guide repère et outils pour la formation :
Membres Professionnels
IP YAN FAT Christophe
Meilleur Ouvrier de France
INGARGIOLA Estelle,
professionnelle - FCD
Commerce et distribution

CFBCT
JASNOT Anne-Marie
Directrice de la formation et des ressources humaines
CLAVEL Pascal
Président de la commission formation - Vice-président groupe de travail RH

Membres enseignants - Formateurs
DUMORA Alain
Professeur (Éducation nationale)
CHELBI Sandra
Professeure (Éducation nationale)
LORTHIOS Xavier
Formateur (CFAIE)

CATOIR Dominique-IGESR,
LAMATY Anaïs - DGESCO
Chargée d'ingénierie des diplômes

COTTET DUMOULIN Agnès IEN,
BEUVANT Hervé IEN,
CHARRIERAS Anne IEN

Remerciements
Crédit photo et ressources
CFBCT - INTERBEV



Jean-François Guihard Président de la CFBCT

Artisan ET commerçant !

Après le déploiement du CAP Boucher en septembre 2023, axé sur le travail des viandes et les fondamentaux du Métier, place à la mention complémentaire « vente conseil en boucherie » qui fera son entrée dans les CFA à la rentrée 2024.

La création de ce nouveau diplôme, qui répond à une demande forte des professionnels, est l'aboutissement d'un travail de longue haleine mené de concert par la Confédération Française de la Boucherie, Boucherie-Charcuterie, Traiteurs (CFBCT) et l'Education nationale.

Avec cette mention complémentaire, nous enrichissons considérablement notre offre de formations et permettons aux jeunes d'accéder à de nouvelles compétences pour réussir pleinement leur intégration au sein de notre branche professionnelle.

La Boucherie artisanale est un métier complet dans lequel on achète, transforme, vend, conseille...

Nous sommes certes artisans mais également commerçants.

Avec la mention complémentaire « vente conseil en boucherie », accessible dès la fin du CAP, mais également à n'importe quel moment de leur parcours de formation, nous permettons aux jeunes d'avoir toutes les cartes en main pour réussir une vente.

Quand on sait que chaque jour, plusieurs millions de Français se rendent en boucherie artisanale pour la qualité de nos produits mais également les conseils qui y sont distillés, cette formation vient à point nommé !

Le référentiel d'un diplôme correspond au cahier des charges de la formation qu'il faudra dispenser pour atteindre les objectifs professionnels du diplôme afin de l'obtenir (certification).

Les compétences professionnelles sont au cœur du processus de certification et par conséquent du processus de formation. Elles sont l'aiguillon de la formation et donc la garantie de la qualité de celle-ci.

Les activités professionnelles décrites dans le **référentiel des activités professionnelles (RAP)** sont les prescriptions professionnelles du métier, c'est-à-dire les passages obligés pour acquérir les compétences professionnelles. Le RAP définit le champ des activités professionnelles du métier correspondant au diplôme, ainsi que les domaines d'activités, les activités et les tâches à partir des situations de travail. Il précise les conditions d'exercice et les résultats attendus.

Pour que ces activités professionnelles puissent être menées de manière professionnelle, il faudra parvenir à l'atteinte des résultats attendus en mobilisant des ressources (physiques et intellectuelles) correspondant à des situations professionnelles réelles ou simulées. Pour évaluer le degré d'atteinte des objectifs fixés et donc des compétences professionnelles visées, on se fondera sur les résultats attendus. **Le référentiel d'évaluation** identifie les compétences professionnelles mises en œuvre pour réaliser les activités professionnelles.

Le processus d'élaboration du référentiel est un calque intéressant pour élaborer le processus de formation. En effet, en partant de situations professionnelles variées, proches du réel, voire réelles (la stratégie de formation), les élèves/apprentis devront répondre aux objectifs fixés (objectifs précis et clairs, en termes de compétences) en mobilisant des moyens matériels, mais aussi des ressources intellectuelles tels que les savoirs associés répertoriés et précisés dans le référentiel.

C'est ainsi que l'écriture du référentiel en blocs de compétences améliore cette approche par compétences en simplifiant la lecture en termes de processus.

La loi de mars 2014 relative à la formation professionnelle a institué le compte personnel de formation permettant aux salariés et demandeurs d'emploi de bénéficier de formations lorsque celles-ci sont inscrites au registre national des certifications professionnelles (RNCP). La Mention complémentaire Vente-conseil en alimentation est inscrite au RNCP. Pour être accessible via le compte personnel de formation, il est nécessaire qu'elle soit organisée en blocs de compétences indépendants permettant aux salariés ou demandeurs d'emploi de mobiliser leurs heures de CPF pour la préparation d'un bloc dans une approche progressive de préparation au diplôme ou dans un souci d'acquisition des compétences spécifiques au bloc. Cette possibilité est réservée à la formation continue.

Un diplôme professionnel est donc constitué de blocs de compétences. Les blocs de compétences se définissent comme un ensemble homogène et cohérent de compétences. Un bloc de compétences correspond à une unité du diplôme et une seule.

La didactique professionnelle¹, initiée en France par Pierre Pastré dans les années 1990, inscrit ses recherches dans l'analyse de l'activité des personnes en situation de travail afin de détecter les conditions d'apparition et de développement des compétences professionnelles dans ces situations. C'est donc en toute logique que la démarche didactique préconisée pour les enseignements professionnels s'inspire de cette approche.

Ainsi, pour la didactique liée aux métiers de vendeur-conseil en boucherie, si les 2 grands blocs de compétences structurent le référentiel, il n'en demeure pas moins que les situations d'apprentissage proposées aux apprenants doivent privilégier un décloisonnement des blocs, pour appréhender les réalités d'apprentissage au plus près des réalités professionnelles.

Pour donner davantage de sens à la compétence et en donner une conscience aux apprenants, il importe d'utiliser individuellement et collectivement les activités réalisées lors des périodes en entreprises et de concevoir des situations professionnelles proches de la réalité capables de traverser un ensemble de compétences et de savoirs des deux blocs et donc des enseignements.

¹ Didactique professionnelle : Analyser le travail en vue de comprendre et d'agir sur les processus qui relèvent de la transmission et de l'acquisition des compétences, en vue de les améliorer dans une perspective de développement professionnel.

III LE RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

Le référentiel des activités professionnelles présente le métier visé par le titulaire de la Certification de spécialisation ainsi que ses conditions d'exercice. Les activités professionnelles sont réparties en deux blocs (bloc 1 et bloc 2).

Chaque bloc est décliné en activités professionnelles regroupant les différentes tâches pouvant être confiées à un titulaire de la Certification de spécialisation.

Le Bloc 1 « Approvisionner et mettre en valeur des espaces de vente » est décliné en 2 activités professionnelles qui sont réparties en 12 tâches.

Activités professionnelles	Bloc de compétences n°1
<p style="text-align: center;">Pôle 1</p> <p style="text-align: center;">Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation et entretien des espaces de vente • Valorisation de l'assortiment des produits 	<p style="text-align: center;">Approvisionner et mettre en valeur des espaces de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser le poste de travail • Entretien des espaces de travail, de vente et les matériels • Réaliser l'inventaire physique quotidien • Identifier les besoins et transmettre l'information au laboratoire • Participer aux commandes et à l'approvisionnement des produits et fournitures • Gérer les déchets • Préparer les produits pour la mise en vente • Implanter et mettre en valeur l'assortiment des produits • Appliquer les règles d'étiquetage • Installer et mettre à jour la signalétique • Maintenir le rayon en état marchand • Désapprovisionner et remettre l'espace de vente et les matériels en état



Le Bloc 2 « Mettre en œuvre, personnaliser et développer la relation client » est décliné en 2 activités professionnelles qui sont réparties en 10 tâches.

Activités professionnelles	Bloc de compétences n°2
<p style="text-align: center;">Pôle 2</p> <p style="text-align: center;">Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conseil et vente au client • Participation au développement de la relation client 	<p style="text-align: center;">Mettre en œuvre, personnaliser et développer la relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueillir le client • Découvrir, identifier et reformuler la demande du client • Répondre à la demande du client, proposer des produits, conseiller et informer le client, conclure la vente • Mettre en œuvre des techniques de transformation, de finition, de conditionnement, d'emballage et de pesée des produits • Proposer des ventes additionnelles et des services associés personnalisés • Réaliser les opérations d'encaissement • Participer à la mise en œuvre des animations commerciales • Participer à la communication commerciale digitale • Participer à la fidélisation de la clientèle • Recevoir les réclamations et les transmettre au responsable



• Progression pédagogique et stratégie d'enseignement

La progression pédagogique sera la véritable clef de voûte qui va permettre une mise en place cohérente des compétences du référentiel. La progression pédagogique va structurer sur l'année le cursus de formation en une organisation de séquences qui obéit à une logique d'apprentissage progressif. C'est à partir de cette progression que chaque séance sera élaborée, et que les supports seront sélectionnés. De là en découlera la qualité ainsi que la cohérence des apprentissages. Il s'agit également de fournir un cadre pédagogique lisible par tous. Grâce à ce cadre, le professeur ou formateur, le maître d'apprentissage aborderont plus aisément et de manière plus cohérente des concepts ou savoirs associés avec l'apprenant.

Nous invitons les formateurs et professeurs (le cas échéant avec un professionnel associé) à partir d'une première lecture du référentiel à initier une réflexion pédagogique collective qui sera la première ébauche d'un schéma prévisionnel de formation. Il est conseillé, dès le début de la formation, de formaliser les choix retenus par l'équipe pédagogique qui seront de nature à faciliter l'atteinte des objectifs de formation ; les compétences à certifier et leurs différentes modalités.

Parallèlement à cette appropriation des compétences du référentiel par l'équipe, il sera opportun de s'interroger sur le profil de l'apprenant susceptible de rejoindre la formation (son parcours antérieur). Comme indiqué dans l'arrêté de création l'accès en formation à la spécialité « Vente-conseil en boucherie » est ouvert aux titulaires des diplômes et titres homologués suivants :

- *CAP Boucher ;*
- *CAP Charcuterie-traiteur ;*
- *Baccalauréat professionnel Boucher-charcutier-traiteur ;*
- *Brevet professionnel Boucher ;*
- *Brevet professionnel Charcutier-traiteur ;*
- *CTM Boucher Charcutier Traiteur ;*
- *CTM Préparateur-vendeur en boucherie charcuterie-traiteur ;*
- *CQP Technicien boucher artisanal.*

L'équipe doit pouvoir s'interroger et réfléchir à la mise en place d'un positionnement. Ce dernier à l'entrée en formation peut s'avérer un choix pertinent. Effectué en début de formation, il vise à identifier les acquis de l'apprenant (compétences transférables et savoir-faire acquis) pour construire un parcours personnalisé de formation. Le titulaire d'un Brevet professionnel aura certainement un projet plus abouti et une connaissance de l'environnement métier plus complète, l'apprenant titulaire d'un CAP sera sans doute dans une optique de cheminement d'une année réflexive vers son projet de professionnalisation et aura une connaissance du secteur d'activité plus restreinte.

Dans la mise en œuvre de la stratégie de formation une attention particulière sera portée sur l'annexe III du référentiel, c'est en effet cette dernière qui valide l'ensemble du processus de formation et définit le cadre des exigences fixées par les professionnels pour valider les attendues du diplôme de vente-conseil en boucherie. Ces attendues nécessitent la maîtrise de compétences globales et de compétences dites opérationnelles. La complexité dans la mise en œuvre du plan prévisionnel de formation consistera à connecter au maximum les savoirs associés avec les tâches et compétences visées et de mobiliser les connaissances dans des contextes donnés. Les apprenants appréhenderont plus aisément les connaissances lorsque celles-ci sont attachées à une réalisation concrète comme nous le développerons dans ce guide. À travers la mise en œuvre de cette spécialisation Il faut donner du sens aux apprentissages tout en en bordant les limites. Il s'agit d'éviter la connaissance empilée par chapitre et sans accroche. Par ses contenus, la création de ce nouveau référentiel permet la mise œuvre de modalités pédagogiques variées et nouvelles. Le groupe de travail suggère par ailleurs la mise en œuvre de quelques modules ; ces derniers seront adaptés au regard de la spécificité de chaque établissement de formation et/ou en fonction du contexte local.

Après la lecture du référentiel de nombreuses pistes vont et interrogations vont émerger. Quels

enseignements ? Quels sont les profils attendus chez les formateurs ? Comment mettre en œuvre la certification ? Quels documents de suivi pouvons-nous utiliser ?

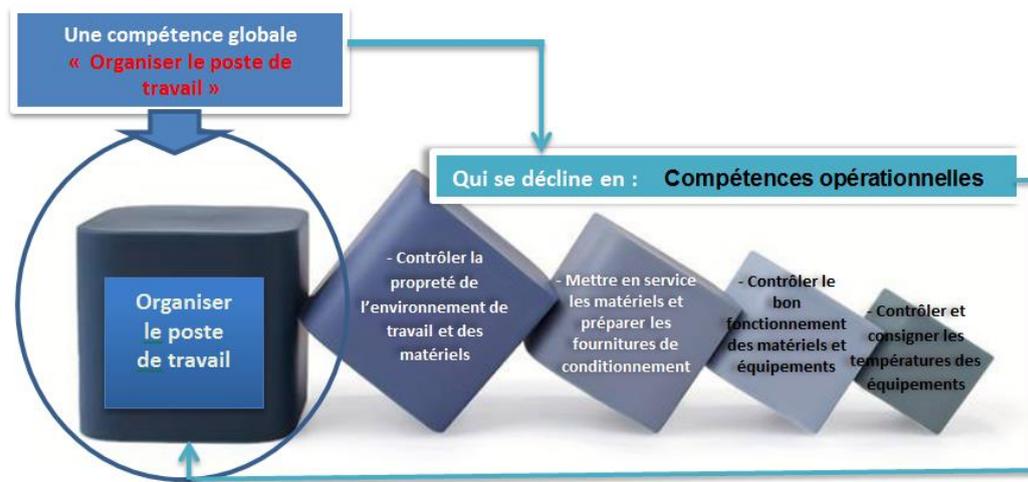


• La constitution de l'équipe pédagogique

La mise en œuvre des enseignements lors de la création d'un nouveau diplôme s'avère souvent plus complexe que dans le cadre d'une rénovation dans laquelle l'équipe existante peut trouver aisément ses marques. La lecture attentive de l'annexe III du référentiel « **Mise en relation des activités professionnelles et des compétences** » permet de dessiner les premiers contours des enseignements et par conséquent du positionnement des formateurs et/ou professeurs.

Les enseignements sont construits dans une approche globale déclinée en différentes compétences.

Illustration - Pôle 1 - Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente.
(Activité Professionnelle 1 - Organisation et entretien des espaces de vente.)



Positionnement des enseignements

C'est à partir des compétences opérationnelles que vont être déclinés des savoirs associés, des limites de connaissances et des résultats attendus. Les limites de connaissances bordent les contenus et apportent un cadre de référence compréhensible par l'ensemble des acteurs de la formation; apprenants, équipe enseignante, professionnels, certificateurs.

Les enseignants :

- ✓ ciblent les compétences du référentiel et leurs savoirs associés en lien avec leur(s) enseignement(s),
- ✓ associent les modalités pédagogiques adaptées : travaux pratiques, ateliers expérimentaux, sketch de vente, étude de cas..,
- ✓ repèrent les liens pédagogiques possibles avec l'alternance en entreprise.

Élaboration du calendrier de formation

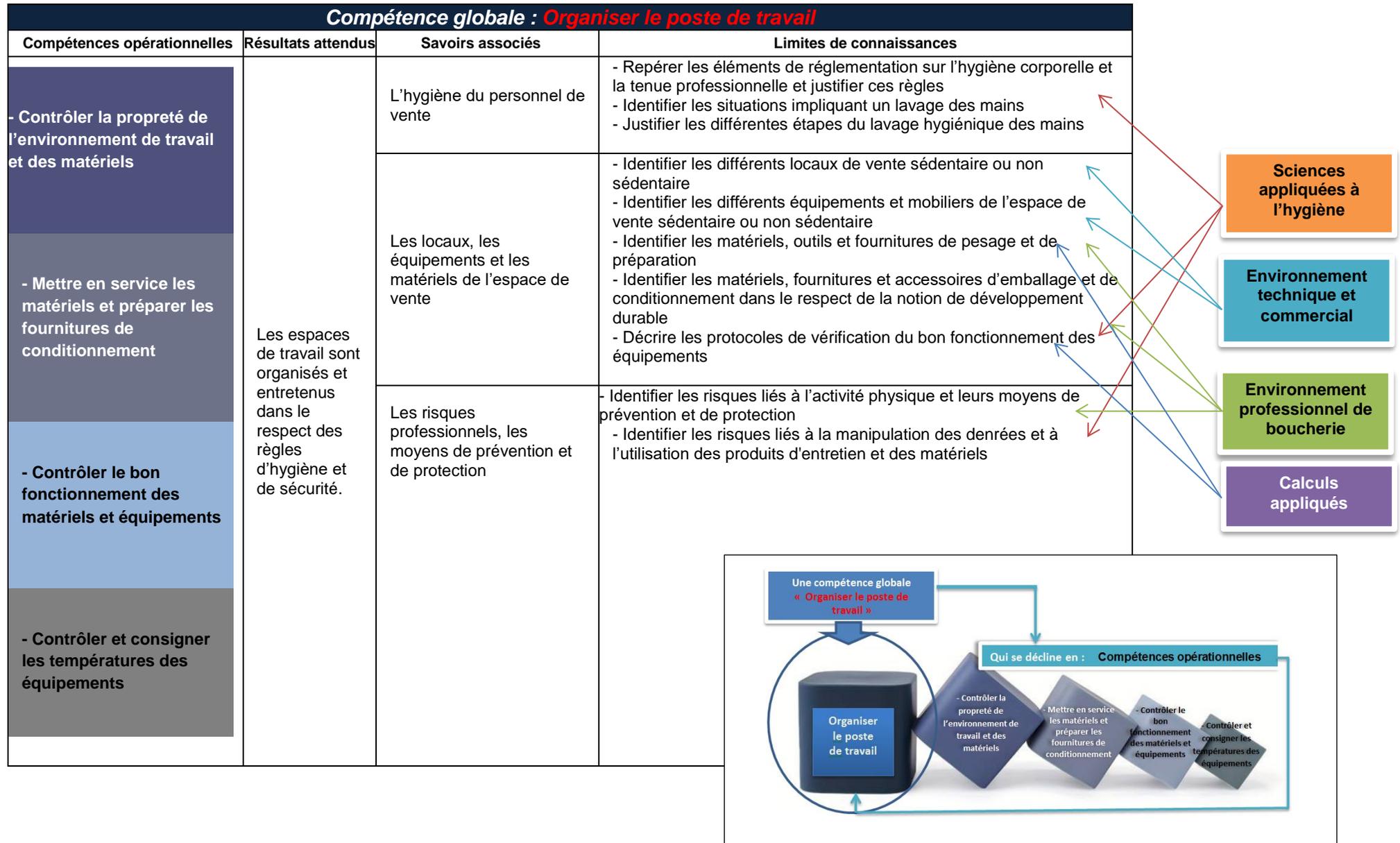
Les enseignants établissent un calendrier de formation ; pour cela, ils :

- ✓ ciblent les compétences à travailler,
- ✓ intègrent les temps de formation en centre et en milieu professionnel,
- ✓ programment les moments pédagogiques spécifiques inhérents à l'activité de l'établissement, aux manifestations locales ou nationales (salon de l'agriculture...), aux modules, aux projets éventuels de l'équipe...

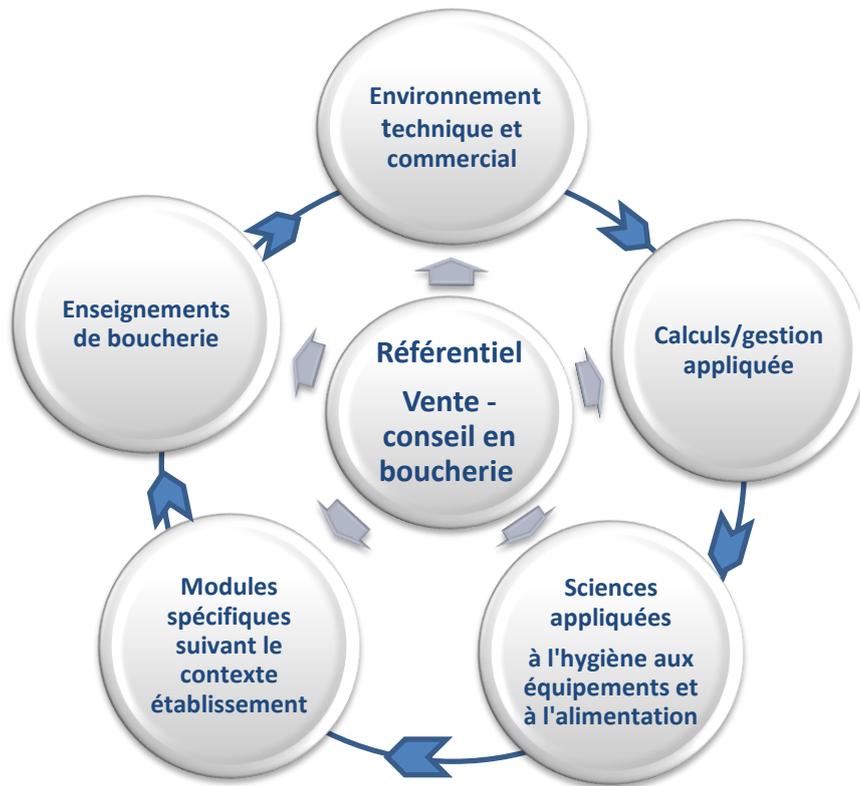


Identification du profil des formateurs – Une lecture détaillée des compétences globales et opérationnelles qui figurent dans les 4 activités de l'annexe III permet d'envisager plusieurs répartitions possibles dans la transmission des savoirs associés.

Illustration ci-dessous sur une compétence globale de l'activité Professionnelle 1 – Organisation et entretien des espaces de vente.



L'équipe veillera à couvrir l'ensemble de l'annexe III du référentiel « **Mise en relation des activités professionnelles et des compétences** ». Le groupe de travail identifie les contenus et/ou enseignements suivants :



Chaque établissement organisera les enseignements en fonction de ses ressources internes (humaines et matérielles). Il est important cependant que l'équipe apporte du sens aux enseignements et décroisonnent les savoirs associés en reliant ces derniers dans le cursus de formation.

Illustration des calculs appliqués (liste non exhaustive)

Compétences opérationnelles des pôles I et II susceptibles de faire l'objet de calculs appliqués	Missions ou travaux confiés à l'apprenant dans le cadre de la formation
<ul style="list-style-type: none"> ● Contrôler et consigner les températures des équipements 	Interpréter des écarts, rendre compte
<ul style="list-style-type: none"> ● Appliquer les protocoles de nettoyage et de désinfection, en mettant en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement 	Calculer un dosage, un pourcentage, convertir
<ul style="list-style-type: none"> ● Contrôler qualitativement et quantitativement les denrées, produits, préparations et fournitures présents dans les espaces de vente et en réserve et prendre les mesures nécessaires ● Renseigner les documents d'inventaire 	Identifier : <ul style="list-style-type: none"> -les objectifs et enjeux de l'inventaire physique quotidien -les moyens et outils pour réaliser l'inventaire physique -les outils de suivi de stocks
<ul style="list-style-type: none"> ● Participer aux commandes 	Identifier les documents et supports relatifs aux commandes de produits et à leur réception : bon de commande, bon de livraison, documents de transport de marchandises
<ul style="list-style-type: none"> ● Calculer un prix de vente et appliquer une réduction ● Renseigner et apposer les étiquettes en tenant compte de la dénomination du produit tout au long de l'activité 	Identifier les composantes du prix de vente : prix d'achat, TVA, marge commerciale Appliquer un coefficient multiplicateur Calculer un prix après réduction commerciale Calculer une marge commerciale Mentionner les prix obligatoires, les prix au kilo
<ul style="list-style-type: none"> ● Réaliser les opérations préparatoires à l'ouverture de caisse 	Contrôler le fond de caisse
<ul style="list-style-type: none"> ● Réaliser les opérations liées à l'encaissement en utilisant les différents modes de paiement 	Rendre la monnaie dans des situations de vente

En établissement pour orchestrer la mise en œuvre de ces compétences opérationnelles, le choix peut s'orienter vers un formateur/professeur de techniques commerciales, formateur/professeur de mathématiques, formateur/professeur de gestion appliquée. L'équipe peut s'autoriser à la mise en place de séances en co-animation.

Quel que soit le mode de transmission et l'intervenant retenu, le contenu devra être le plus professionnalisant possible pour faciliter l'appropriation par les apprenants. Pour chaque thématique, des documents de synthèse gagneront à être réalisés et consignés dans le portfolio numérique du parcours de formation.

Illustration des modules spécifiques

Il n'existe une multitude de définition du module de formation. Schématiquement, un module pourrait s'illustrer par une « brique » dans un parcours d'apprentissage plus long. Le module est défini par des objectifs d'apprentissage précis et structurés de manière à être atteint de court à moyen terme. Dans le cadre de la mise en œuvre du référentiel le groupe de travail identifie des compétences spécifiques qui pourraient faire l'objet de modules ponctuels. Ces derniers nous semblent complémentaires pour faciliter la mise en œuvre des compétences liées à l'accueil et au parcours client autour de la connaissance des produits, des techniques de cuisson recommandées, la communication externe, etc. l'approche par module offre à l'équipe une modalité pédagogique variée et bien adaptée au public en formation.



La liste des modules proposés n'est pas exhaustive et chaque établissement pourra mobiliser des ressources en interne ou externe et notamment par le biais des professionnels associés. Le contexte géographique et les produits emblématiques d'une région peuvent faire l'objet d'une approche spécifique. Les modules viennent en complément et s'adosser aux savoirs associés nécessaires à la maîtrise des compétences.

Quelques suggestions de modules



**Module
cuissons
longues**



**Module réseaux
médias sociaux**

**Module cuissons
rapides**



**Module
communication
orale**



**Module initiation à
la connaissance
des vins**



**Module théâtre
"porter sa voix"**



**Module décors et
thématiques de fêtes**

Autres modules possibles :

- les ventes additionnelles
- initiation à la charcuterie
- ...

Mise en œuvre d'un module sur la connaissance des boissons et alcools



Place dans le référentiel

Pôle 2 – Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client

Activité Professionnelle 3 – Conseil et vente au client

► Compétence globale : répondre à la demande du client, proposer les produits, conseiller et informer le client, conclure la vente

Compétences opérationnelles du référentiel

- Orienter le client vers les produits adaptés à sa demande
- Conseiller et informer le client
- Répondre aux objections
- Conclure la vente

Résultats attendus

La présentation, les informations et les conseils personnalisés sont fiables et répondent aux attentes du client

Limites de connaissances

Identifier les principaux produits des familles : Alcools et autres boissons

Contenus possibles

Connaître les essentiels sur la vinification de l'élaboration des vins.

S'initier à la dégustation* avec une méthode simple et efficace: regarder, sentir, goûter et évaluer la qualité d'un vin).

Comprendre les règles de base d'un accord met et vin selon les personnes, les types de vins, les saisons et les saveurs.

Conseiller les meilleurs accords mets (avec les poissons, les légumes, les viandes, les fromages et les desserts).

* L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Vendre, mettre en place d'animation et sketch de vente.

Supports et évaluations



Ressources

Animé par un professeur de service et commercialisation de l'établissement, un sommelier diplômé, un professionnel associé... Ce module d'initiation à l'œnologie peut alterner théorie, pratique, échanges ludiques.

Prolongement Document de synthèse les différents vignobles (lien éventuel avec le contexte local)

- Fiche produits sur les vins commercialisés au sein de l'entreprise
- Document synthèse méthode de vente

La mise en place de module nécessitera de définir :

- les intentions pédagogiques ;
- les contenus du module ;
- les méthodes utilisées lors de l'animation du module

L'équipe pédagogique programme les séquences pour l'année ; pour cela, elle :

- ✓ identifie les activités et les tâches à proposer selon les compétences ciblées en veillant à l'équilibre nécessaire entre situation d'apprentissage et réalité professionnelle,
- ✓ conçoit des séances pédagogiques en lien avec les modalités pédagogiques préconisées (ateliers expérimentaux, travaux professionnels, études de cas, modules,...) et les différents enseignements (blocs 1 et 2),
- ✓ cible les savoirs associés à aborder en lien avec les compétences travaillées.

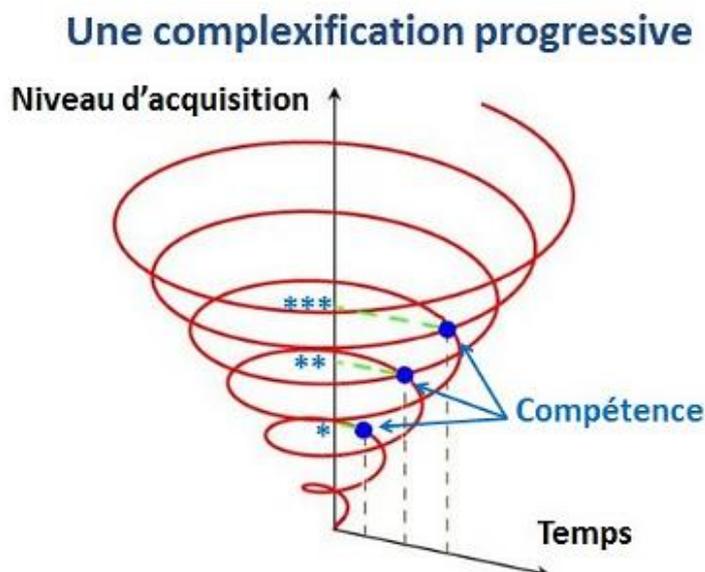
Comme évoqué précédemment, au fil de la formation des liaisons sont vivement recommandées notamment par la mise en œuvre de temps d'enseignement en commun (co-intervention ou co-enseignement). La mise en œuvre de la démarche expérimentale permettra de placer l'apprenant dans l'analyse et la réflexion.

La mise en œuvre de ces activités professionnelles appelle des liens directs entre le cœur de métier et les sciences appliquées à l'hygiène et à l'alimentation.

Globalement les enseignements s'installent selon une logique spiralaire (certaines notions sont reprises et approfondies tout au long du cursus de formation avec de la complexité).

« À propos de l'usage de la métaphore de la spirale en didactique et pédagogie, c'est Jérôme Bruner qui introduit en 1960 l'idée de pédagogie spiralaire dans « The process of education ». Les curricula devraient, selon lui, être établis de façon spiralaire, en sorte que les élèves construisent de façon régulière sur ce qu'ils ont déjà appris. Ce concept rencontre vite un très large écho chez les didacticiens et pédagogues qui trouvent dans la métaphore de la spirale, une façon juste d'exprimer ce qu'ils pressentent, à savoir qu'apprendre est un processus continu qui suppose une reprise constante de ce qui est déjà acquis et une complexification progressive. L'image d'une progression linéaire est impropre à exprimer que, pour apprendre, les retours sur le déjà vu sont nécessaires pour en prendre une meilleure vue et aller plus loin. Cette notion de pédagogie spiralaire est reprise et développée en France, entre autres, en 1992 par Jean-Pierre Astolfi dans L'École pour apprendre, ouvrage qui a le mérite d'analyser les conditions auxquelles une progression peut réellement être dite spiralaire »...

Pour une progression spiralaire de l'apprentissage - Sylvie Queval, maître de conférences honoraire en philosophie de l'éducation, Université de Lille 3



Quelques principes généraux.

Le portfolio en formation est un outil essentiel qui permet aux apprenants de documenter et de présenter leur progression, leurs réalisations et leurs compétences tout au long de leur parcours éducatif ou professionnel. Il peut prendre différentes formes, telles qu'un dossier numérique, un site web, un ensemble de travaux écrits, des projets artistiques, des enregistrements audio ou vidéo, etc.

Le portfolio en formation offre de nombreux avantages tant pour les apprenants que pour les formateurs. Pour les apprenants, il leur permet de réfléchir sur leur propre apprentissage, de prendre conscience de leurs forces et de leurs faiblesses, et de fixer des objectifs pour leur développement futur. Il favorise également l'autonomie et la responsabilisation des apprenants dans leur propre processus d'apprentissage.

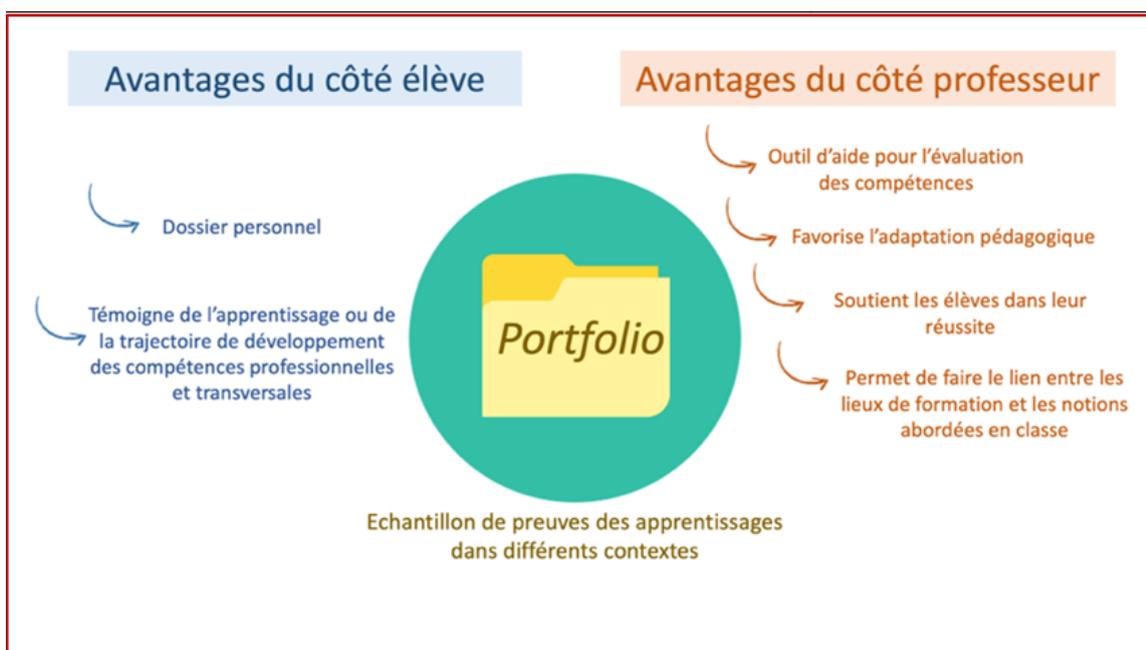
Pour les formateurs et professeurs, le portfolio en formation offre un moyen concret d'évaluer les progrès des apprenants, de mieux comprendre leurs besoins et leurs intérêts, et de personnaliser leur enseignement en conséquence. Il permet également de mettre en valeur les compétences des apprenants de manière plus complète en prenant en compte non seulement leurs résultats nécessaires à la certification, mais aussi leurs réalisations personnelles et professionnelles.

En outre, le portfolio en formation peut être un outil précieux pour les processus d'évaluation et de certification. Il permet de démontrer de manière tangible les compétences acquises par les apprenants, ce qui est particulièrement utile dans le cadre de la formation professionnelle ou de la recherche d'emploi.

Il est important de noter que la mise en place d'un portfolio en formation nécessite une réflexion préalable sur les objectifs visés, les critères d'évaluation, les modalités de présentation et de partage, ainsi que sur la manière dont il sera intégré dans le processus d'apprentissage.

En résumé, le portfolio en formation est un outil polyvalent et puissant qui favorise l'autoévaluation, la réflexion, la personnalisation de l'enseignement et la démonstration des compétences. Il contribue à rendre l'apprentissage plus significatif, plus engageant et plus pertinent pour les apprenants, tout en offrant aux formateurs des informations précieuses pour les accompagner de manière plus efficace.

Nous illustrerons dans le guide les quelques contenus possibles à faire figurer dans le portfolio. L'apprenant doit cependant être en mesure d'exploiter, d'argumenter les ressources collectées dans le portfolio et plus spécifiquement celles qui se rapportent à la certification du pôle 1.



Les apprentissages sont répartis sur l'année ; en conséquence, il convient :

- ✓ d'établir une progression des niveaux de compétence visés (prévision de la progressivité dans le niveau de maîtrise attendue pour chaque compétence),
- ✓ de programmer les temps et moyens d'évaluations formatives et/ou certificatives en respectant la réglementation d'examen (contrôle en cours de formation ou préparation des évaluations ponctuelles),
- ✓ de répartir les apprentissages entre les deux lieux de formation (centre de formation et milieu professionnel) et les différentes modalités pédagogiques.

L'alternance pédagogique : l'entreprise co-formatrice

Un référentiel adapté aux attentes des entreprises du secteur de la boucherie.

Les entreprises sont parties prenantes dans le processus d'élaboration du référentiel et dans sa mise en œuvre, à travers les périodes de formation en milieu professionnel (PFMP), jusqu'à la certification du diplôme.

Le référentiel du certificat de spécialisation Vente-conseil en boucherie répond directement aux attentes des professionnels :

- ▶ La professionnalisation : une durée de 14 semaines de PFMP sous statut scolaire ;
- ▶ La spécialisation : développer et acquérir une spécialisation produit, en fonction du choix de lieux de PFMP des élèves/apprentis ;
- ▶ La montée en compétences : la valorisation des produits en lien avec les ateliers de fabrication (cf. bloc 1 Approvisionner et mettre en valeur des espaces de vente) ou la dimension, de plus en plus stratégique pour se démarquer de la concurrence, du conseil au client (cf. bloc 2 Mettre en œuvre, personnaliser et développer la relation client) correspondent aux évolutions actuelles des métiers du secteur de la boucherie charcuterie ;
- ▶ La polyvalence : il s'agit de la capacité d'un employé à passer d'une activité à une autre en fonction des besoins du client (boucherie, charcuterie, traiteur, produits et services complémentaires). Elle dépend étroitement de la taille des entreprises ;
- ▶ La digitalisation des activités : la crise sanitaire a accéléré le recours aux outils digitaux de vente et de communication. Les professionnels du secteur ont exprimé à ce sujet des attentes fortes (mise en valeur des produits sur les réseaux sociaux, communication personnalisée à destination des clients, ...)
- ▶ La complémentarité de la formation entre les entreprises et les lieux de formation : la volonté puis une nécessité de ne pas travailler en silo doit permettre une co-construction des objectifs de formation en adéquation avec le référentiel. L'usage du portfolio numérique est de nature à renforcer cette complémentarité entre les différents acteurs de l'alternance pédagogique ;
- ▶ Le développement de compétences transversales : le sens de l'organisation, l'adaptation à son environnement, le sens du contact, la curiosité, le sens du travail en équipe et de la coopération et l'engagement dans une démarche qualité et d'amélioration continue ; se mettre en veille au regard des évolutions réglementaires et en matière d'attentes des clients.

Un enjeu majeur de la formation professionnelle

L'alternance pédagogique est un processus de formation qui repose sur la complémentarité entre les milieux professionnels, les entreprises, et les établissements scolaires y compris les espaces pédagogiques professionnalisants (plateaux techniques, boutiques pédagogiques, entreprises lycéennes ...).

Ce processus articule entre eux ces lieux de formation, avant, pendant et après les PFMP. Fondée sur

les apports de la recherche en didactique professionnelle, l'alternance pédagogique s'appuie sur la construction de l'expérience professionnelle et le développement des compétences en situation de travail. Or, « L'exploitation et le réinvestissement des PFMP en formation est un axe fort de l'alternance sous statut scolaire, qui reste pourtant à développer [...] »⁴.

Les PFMP permettent aux élèves de consolider leur choix d'orientation et leur projet professionnel. Elles sont l'occasion de développer des compétences professionnelles et des compétences sociales dont le but est la professionnalisation et l'insertion professionnelle.

⁴ Rapport IGÉSR, « La qualité de formation durant les périodes de formation en milieu professionnel », 2020-162, janvier 2021, page 12.

L'organisation de l'alternance

L'alternance s'inscrit dans l'accompagnement des élèves, des apprentis, des stagiaires de la formation continue, quel que soit leur parcours de formation. Cette diversité et les spécificités des entreprises d'accueil doivent conduire les établissements de formation à adopter des rythmes d'alternance adaptés. L'éloignement des PFMP et des périodes de formation en établissement ne semble pas favorable à une exploitation pédagogique efficace des PFMP, en particulier pour les élèves en formation initiale. L'alternance régulière sur des périodes courtes de PFMP permet une meilleure continuité entre les apprentissages et les activités effectuées en entreprise et une meilleure exploitation pédagogique en établissement de l'expérience professionnelle acquise en entreprise.

L'organisation de l'alternance relève de l'autonomie des établissements et des équipes éducatives lors de la construction du plan de formation. Elle nécessite la prise en compte des contraintes liées aux différents milieux professionnels.

Les apports de la recherche dans le développement de l'alternance pédagogique : comment transformer l'expérience acquise en compétence ?

L'alternance pédagogique doit permettre de développer la capacité d'analyse des élèves à partir des situations de travail vécues en entreprise et en centre de formation. Elle doit permettre également d'outiller et les élèves/apprenti à porter un regard sur sa pratique sous différentes modalités (analyse réflexive, entretien d'explicitation, confrontation d'expérience entre pairs..).

En établissement, le regroupement d'élèves ou d'apprentis ayant rencontré des situations de travail similaires en PFMP ou lors de la rotation en entreprise est particulièrement opportun pour la mutualisation des concepts mobilisés. S'il est important qu'une trace des situations et des activités menées soit présente, les concepts associés méritent tout autant d'être formalisés et conservés par l'apprenant. L'identification et l'exploitation des écarts constatés entre l'expérience vécue en PFMP (activité productive, « on apprend à faire ») et les apprentissages en centre de formation (activité de construction, « on apprend à partir du faire ») sont particulièrement féconds pour développer les compétences des élèves/apprentis.

Il appartient donc aux enseignants et au tuteur/maître d'apprentissage d'identifier le potentiel de développement des situations de travail proposées aux élèves/apprentis. Cela implique une relation étroite entre les différents acteurs de l'alternance pédagogique, notamment au moment de la négociation des activités proposées aux élèves/apprentis, en amont de chaque PFMP ou lors des rotations au CFA.

La mise en œuvre des PFMP : quels leviers de développement ?

Quels que soient sa forme et son nom, l'utilisation d'un outil de suivi numérique des PFMP est de nature à renforcer la continuité pédagogique entre formation en centre et formation en entreprise, à condition que tous les acteurs (formateurs, tuteurs et élèves) s'en emparent. Cet outil possède un environnement à la fois formatif et professionnalisant. Il permet une valorisation des travaux des élèves/apprentis et donc in fine, une évaluation.



Étapes	Leviers de développement	Actions
Préparation de PFMP	<ul style="list-style-type: none"> -Développer des actions de formation pour : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Créer les conditions d'une intégration réussie en milieu professionnel ✓ consolider ou construire le parcours professionnel ✓ sensibiliser aux questions de santé et sécurité au travail ✓ développer des compétences sociales ✓ Expliciter et préciser les attendus (compétences) aux tuteurs et aux élèves 	<ul style="list-style-type: none"> -Organiser au niveau de l'établissement un temps significatif d'intégration (rencontre avec des professionnels, visites d'entreprises, sensibilisation à l'hygiène, santé et sécurité au travail...) -Organiser un temps de préparation à la recherche de PFMP (mise à jour des CV, lettre de motivation, entretien d'embauche en face-à-face, téléphonique, à distance, tenue professionnelle, formalisation et harmonisation d'un protocole de préparation, ...)
Contractualiser	<p>Personnaliser les objectifs et les annexes pédagogiques en s'appuyant sur le parcours de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Effectuer un positionnement des compétences en valorisant l'expérience acquise (Portfolio numérique) [...]
Suivi des PFMP	<ul style="list-style-type: none"> -Développer l'utilisation de portfolio numérique -Augmenter la régularité des comptes rendus professionnels qui prendront des formes diverses (écrit, vidéo, podcast...) -Réguler et orienter le contenu des PFMP 	<ul style="list-style-type: none"> -Mettre en place le portfolio numérique pour améliorer la continuité du suivi avec l'élève et le tuteur [...]
Exploitation des PFMP	<ul style="list-style-type: none"> -Développer le réinvestissement et l'exploitation des PFMP dans la formation -Valoriser l'expérience acquise 	<ul style="list-style-type: none"> -Exploiter le retour des PFMP à travers le modèle didactique : <ul style="list-style-type: none"> -travail écrit/oral sur les situations professionnelles vécues en entreprise -analyse réflexive -utilisation de ressources récoltées en entreprise pour construire des situations d'apprentissage -réalisation de projets inspirés ou adossés à des PFMP [...]

Point de vigilance : les comptes rendus d'activités professionnelles ne doivent pas se limiter à une description de l'activité prescrite et à une restitution orale. Pour en faire un outil de développement de la compétence, il est indispensable de passer par une explicitation, une analyse du travail réalisé. Cette étape permet notamment d'identifier et d'exploiter les écarts entre l'expérience vécue en PFMP et les

apprentissages en centre de formation. Ce travail d'analyse doit permettre d'amener l'élève / apprenti à se questionner, à réfléchir sur son activité pour comprendre les choix qu'il a effectués. Cette étape permet d'envisager le transfert de compétence dans d'autres situations professionnelles. Ainsi, la professionnalisation se construit à la fois dans l'action et par la réflexion menée sur l'action.

L'entreprise comme lieu de formation et de certification

Les PFMP sont l'occasion de réinvestir les compétences développées en établissement de formation. Elles permettent une mise œuvre contextualisée de connaissances et savoir-faire qui contribuent à la professionnalisation des élèves.

Elles offrent aussi la possibilité de découvrir des connaissances et des compétences nouvelles, qui pourront être réinvesties en établissement de formation.

Enfin, l'entreprise est également un point d'appui important dans la mise en œuvre des évaluations certificatives. Les travaux professionnels choisis et présentés par les élèves dans leur portfolio numérique peuvent être sélectionnés à partir d'activités réalisées dans le cadre des PFMP. Le rôle du tuteur/maître d'apprentissage dans le choix des activités réalisées et sélectionnées pour figurer dans le portfolio numérique est essentiel.

En complémentarité avec les établissements de formation, l'entreprise tient une place essentielle dans la construction du parcours professionnel des élèves/apprentis de la mention complémentaire Vente-conseil en boucherie

Le suivi des acquis des apprenants

Conformément aux principes de la pédagogie de l'alternance, les compétences de l'apprenant se construisent progressivement et en complémentarité en établissement scolaire (ou centre de formation), dans le cadre de projets pédagogiques réels ou simulés et en entreprise. Chaque apprenant construit son propre parcours de formation selon son rythme et le contexte professionnel qui est le sien (polyvalent ou spécialisé) :

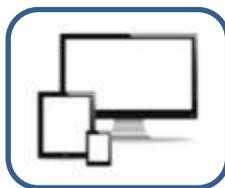
il convient donc d'assurer la traçabilité de son parcours et de mettre en œuvre une évaluation régulière au service de ses progrès.

1. Documenter le parcours de l'apprenant : les enseignants (ou formateurs) se doteront d'un outil de leur choix de type « livret de compétences », de préférence numérique et accessible à l'ensemble de l'équipe pédagogique, afin de pouvoir suivre les parcours personnalisés. Des bilans réguliers de compétences acquises (nature et niveau d'acquisition) pour chaque activité y seront reportés. L'appréciation des tuteurs sera prise en compte pour préciser le profil de compétences de l'apprenant.

L'auto-évaluation par l'élève lui-même, les temps d'analyse réflexive et de fixation conjointe des objectifs à venir en matière de compétences à acquérir sont à privilégier.

2. Initier l'apprenant à la construction de son portfolio numérique : dans un premier temps, le support doit être appréhendé comme un outil d'apprentissage. L'apprenant regroupe dans son portfolio, de façon organisée, les travaux professionnels représentatifs de son activité. À travers les choix qu'il opère, les comptes rendus qu'il conçoit (privilégier une variété de formats), l'apprenant entre en situation d'analyse réflexive au service de ses apprentissages. Les compétences dites du XXIème siècle y seront également valorisées.

La certification revient à valider les compétences de l'élève construites progressivement durant l'ensemble du parcours dans une logique de convergence de la formation et de la certification.





PROPOSITION DE DÉROULEMENT SUR UN CYCLE DE 11/12 ROTATIONS EN CENTRE DE FORMATION*

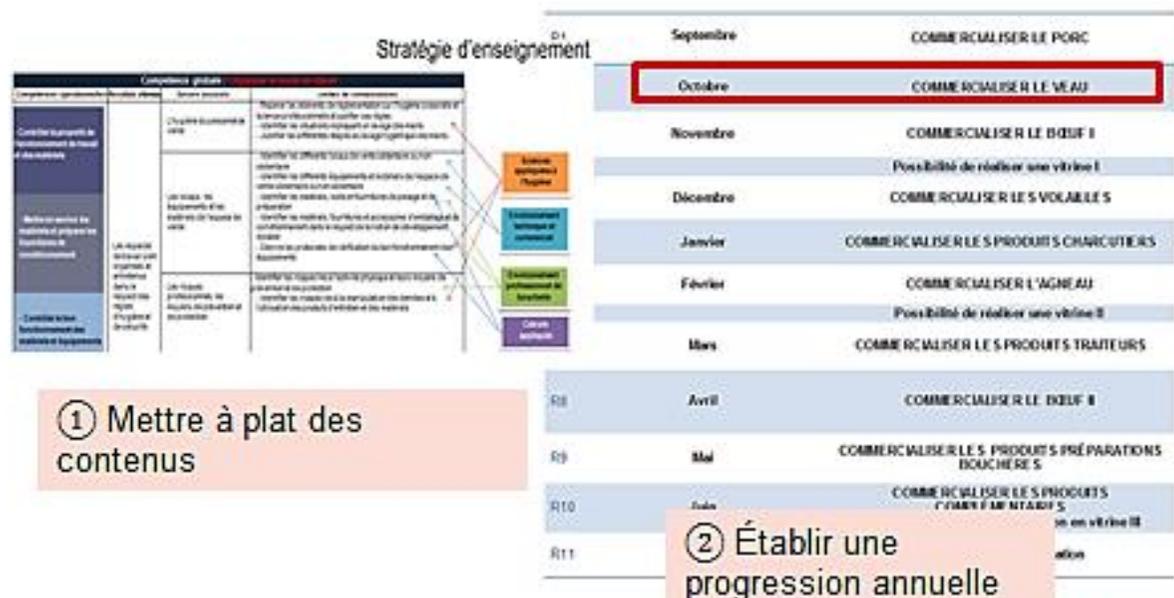
R1	Septembre	COMMERCIALISER LE PORC
R2	Octobre	COMMERCIALISER LE VEAU
R3	Novembre	COMMERCIALISER LE BŒUF I Possibilité de réaliser une vitrine I
R4	Décembre	COMMERCIALISER LES VOLAILLES
R5	Janvier	COMMERCIALISER LES PRODUITS CHARCUTIERS
R6	Février	COMMERCIALISER L'AGNEAU Possibilité de réaliser une vitrine II
R7	Mars	COMMERCIALISER LES PRODUITS TRAITEURS
R8	Avril	COMMERCIALISER LE BŒUF II
R9	Mai	COMMERCIALISER LES PRODUITS PRÉPARATIONS BOUCHÈRES
R10	Juin	COMMERCIALISER LES PRODUITS COMPLÉMENTAIRES Possibilité de réaliser une rotation en vitrine III
R11	Juin	préparation à la certification



* Répartition approchant des 400 heures de formation dans le cadre de l'apprentissage. Entrée pédagogique possible par thématique sur un cycle de rotation mensuelle

*Cependant, les centres de formation organiseront la progression en fonction de leurs contraintes sur les approvisionnements. Convention du centre avec une entreprise tierce pour un prêt de viande, autoconsommation en interne sur self ou redistribution sur les autres sections du centre de formation (charcuterie, traiteur, formations en restauration).

Illustration d'une séquence hebdomadaire sur la thématique « commercialiser le veau » en rotation 2



① Mettre à plat des contenus

② Établir une progression annuelle

③ Mettre en œuvre un brainstorming collectif sur la stratégie pédagogique et l'animation de la séquence ou rotation

④ Sélectionner des ressources, réaliser des supports en fonction des choix pédagogiques visés. Exemple (création d'une l'étude de cas sur la thématique du veau).



Illustration d'une séquence hebdomadaire sur la thématique « commercialiser le veau » en rotation 2

R	Compétences attendues pour l'épreuve (C.A.P., B.A.C., B.T.S., D.E.S., D.E.U.G., etc.)	Objectifs et compétences à travailler	Contenus et connaissances	Modalités de travail	Compétences à travailler	Modalités	
2	VEAU	41 - Décrire - Présenter	30 - Citer les conditions de réussite pour réaliser un découpage adapté à la destination du veau, en précisant le rôle des différents éléments du produit			M - Citer les conditions de réussite pour réaliser un découpage adapté à la destination du veau, en précisant le rôle des différents éléments du produit	
		44 - Manipuler les outils du technicien de fabrication des produits : Coupe - Couteau - Égouttoir - Pince - Papier - Bâton - Lardier - Couteau - Bâton	31 - Identifier les règles et principes applicatifs à la manipulation, la transformation des produits et à l'utilisation des matériels				
		22 - Cadrer le prix de vente et appliquer ses réflexions	32 - Citer les conditions de réussite pour réaliser le découpage adapté au produit : coupe de veau, épépage dans le respect de la matière, piléage, façonnage régulier, bandage, fardage, arrosage, broyage.				
		54 - Participer à la mise en œuvre d'une initiative commerciale	33 - Identifier les règles et principes applicatifs à la manipulation, la transformation des produits et à l'utilisation des matériels				
		21 - Manipuler	34 - Identifier les principales techniques de présentation et d'habillage, la réglementation applicable aux présentoirs et aux présentoirs, les facteurs d'habillage				

⑤ Choisir les compétences à traverser et s'interroger sur la traçabilité des apprentissages

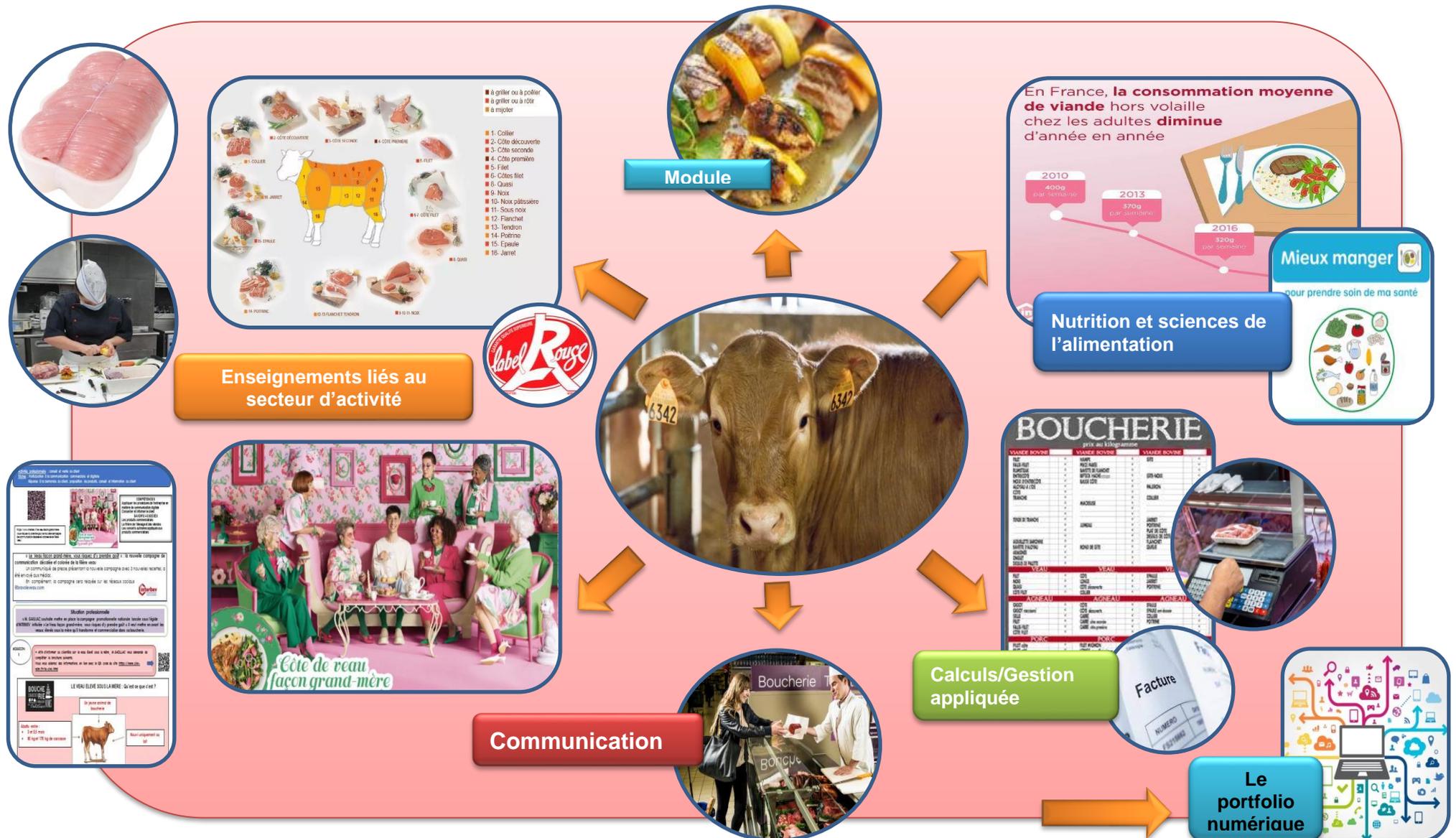
Compétences globales & opérationnelles	Savoir associés & savoirs de connaissance
<p>Organiser le plan de travail</p> <p>1. Définir le projet de travail en fonction de l'objectif à atteindre</p> <p>2. Identifier les ressources humaines et matérielles nécessaires</p> <p>3. Définir le calendrier de réalisation des tâches</p> <p>4. Définir les modalités de suivi et de contrôle</p>	<p>Savoirs associés & savoirs de connaissance</p> <p>1. Identifier les compétences à travailler</p> <p>2. Identifier les compétences à travailler</p> <p>3. Identifier les compétences à travailler</p> <p>4. Identifier les compétences à travailler</p>
<p>Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>	<p>Savoirs associés & savoirs de connaissance</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>
<p>Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>	<p>Savoirs associés & savoirs de connaissance</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>
<p>Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>	<p>Savoirs associés & savoirs de connaissance</p> <p>1. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p> <p>2. Appréhender les problèmes de langage et de description en lien avec les situations professionnelles</p>



Un fichier sous format « Excel » est proposé aux enseignants, il reprend l'ensemble des compétences globales et opérationnelles ainsi que les savoir associés du référentiel. La numérotation proposée sert à faciliter la lecture et n'a aucun caractère réglementaire.

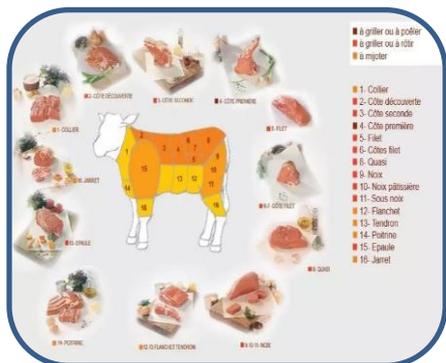
Illustration d'une séquence hebdomadaire sur la thématique « commercialiser le veau » en rotation 2

Proposer des situations d'apprentissage construites et scénarisées sous forme de missions. Cette stratégie pédagogique permet à l'apprenant de découvrir différents contextes, différents espaces commerciaux de vente de produits alimentaires. L'équipe enseignante s'attachera à ancrer les apprentissages au plus proche de la réalité, tant par le choix des missions que par le choix des supports (documents professionnels, ressources en ligne de la branche).



**Illustration des compétences et savoirs associés à traverser sur la rotation R2
« commercialiser le veau »
en lien avec le secteur d'activité (boucherie)**

**Enseignements liés au
secteur d'activité**



Module

- 88 · Reconnaître et nommer les pièces et morceaux de détail des différentes espèces carnées
- 91 · Identifier les acteurs de la filière de l'élevage et des viandes : élevage, mise en marché des animaux, transformation des viandes, commercialisation des viandes
- 92 · Définir les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine
- 98 · Citer les conditions de réussite pour réaliser : un désossage adapté à la demande du client, un parage adapté à la destination culinaire du produit
- 97 · Identifier les règles et protocoles applicables à la manipulation, la transformation des produits et à l'utilisation des matériels
- 99 · Citer les conditions de réussite pour réaliser la finition adaptée au produit : coupe de côte, épluchage dans le respect de la matière, piéçage, façonnage réguliers, bardage, lardage, ficelage, bridage.
- 93 · Caractériser les types de cuisson : cuisson avec brunissement, cuisson sans brunissement, cuisson combinée
- 94 · Caractériser les modes de cuisson : avec brunissement : rôti, griller ou sauter, sans brunissement : pocher dans un liquide ou une matière grasse, combinés : ragoût ou braisé

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances

- <https://bravoleveau.com/>
- <https://www.interbev.fr/ressource/posters-de-decoupe-de-carcasses-de-boeuf-veau-agneau-cheval/>
- <https://www.civo-vslm.fr/accueil.html>
- <https://www.la-viande.fr/economie-metiers/economie/achats-viande-boucherie>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-veau/conseils-astuces-cuisiner-viande-veau>
- <https://www.la-viande.fr/animal-elevage/famille-bovins-0>
- <https://www.la-viande.fr/brochures>
- <https://www.la-viande.fr/brochures/animal-elevage>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/signe-origines-qualite/signes-officiels-identification-qualite-origine>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-veau/beaux-jours-avec-veau>
- <https://www.la-viande.fr/securite-sanitaire/tracabilite-viandes>
- https://www.la-viande.fr/sites/default/files/article/telechargements/fichiers/best-of-des-recettes-chrono_0.pdf
- https://interbev-cvl.normabev.fr/_medias/CVLO/documents/recueil-des-connaissances-sur-la-qualite-des-viandes-bovines.pdf

**Illustration des compétences et savoirs associés à traverser sur la rotation R2
« commercialiser le veau »
en lien avec l'environnement commercial du métier**

**Enseignements liés au
secteur d'activité**

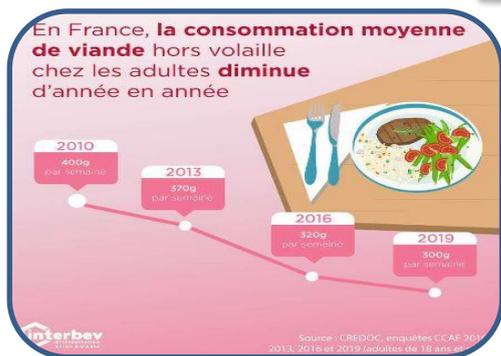


- 104 · Identifier : les principales techniques de promotion et d'animation, la réglementation applicable aux promotions et aux animations, les facteurs d'ambiance
- 105 · Identifier : le rôle du système d'information commerciale (SIC) et son utilité dans le cadre de la mise en œuvre d'une animation commerciale, les règles applicables au traitement et à l'utilisation des données personnelles collectées sur le client (RGPD)
- 106 · Identifier : les différents canaux de la communication digitale et leurs spécificités et avantages, la réglementation en matière de communication digitale, les bonnes pratiques de communication digitale, les risques pour la responsabilité juridique de l'entreprise et du salarié, la notion de respect du droit à l'image et du droit à la vie privée, les risques liés à l'utilisation des données personnelles ou à l'exploitation de l'identité personnelle et les contraintes légales, la notion de e-réputation
- 107 · Identifier les facteurs d'atmosphère des espaces numériques de communication
- 92 · Définir les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances

- <https://bravoleveau.com/>
- <https://www.naturellement-flexitariens.fr/>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/signes-origines-qualite/signes-officiels-identification-qualite-origine/label-rouge-gout-viandes>
- <https://www.xlsoft.fr/17-idees-de-promotion-des-ventes/>
- <https://www.mapa-assurances.fr/boucherie/communication-boucherie>
- <https://www.francenum.gouv.fr/guides-et-conseils/strategie-numerique/plan-daction/commerçants-en-avant-vers-le-numerique-guide>
- <https://www.inosys.re/blog/animation-pour-attirer-les-clients-reunion>
- <https://www.mapa-assurances.fr/boucherie/decoration-boucherie>
- <https://www.artisans-gourmands.fr/project/les-reseaux-sociaux-pourquoi-et-comment-les-utiliser/>
- <https://www.display.be/PLV-color-blocking-merchandising-visuel.html>
- <https://www.display.be/PLV-couleur-presentoir.html>
- <https://blog.lesjeudis.com/le-pouvoir-couleurs-au-service-du-marketing>

**Illustration des compétences et savoirs associés à traverser sur la rotation R2
« commercialiser le veau »
en lien avec l'hygiène/sciences appliquées/nutrition**



Nutrition et sciences de l'alimentation

- 84 · Identifier la nature des constituants alimentaires : les glucides, les protéines, les lipides, les minéraux, les vitamines, les fibres, l'eau
- 93 · Caractériser les types de cuisson : cuisson avec brunissement, cuisson sans brunissement, cuisson combinée
- 94 · Caractériser les modes de cuisson : avec brunissement : rôti, griller ou sauter, sans brunissement : pocher dans un liquide ou une matière grasse, combinés : ragoût ou braisé



Sciences appliquées / hygiène

- 97 · Identifier les règles et protocoles applicables à la manipulation, la transformation des produits et à l'utilisation des matériels
- 1 · Repérer les éléments de réglementation sur l'hygiène corporelle et la tenue professionnelle et justifier ces règles
- 2 · Identifier les situations impliquant un lavage des mains
- 3 · Justifier les différentes étapes du lavage hygiénique des mains



Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances

- <https://www.la-viande.fr/nutrition-sante>
- <https://www.la-viande.fr/nutrition-sante/place-viande-dans-votre-alimentation>
- <https://www.la-viande.fr/nutrition-sante/valeurs-nutritionnelles-viandes>
- <https://www.la-viande.fr/securete-sanitaire>
- <https://www.la-viande.fr/securete-sanitaire/controles-sanitaires/consommateurs-qualite-sanitaire>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/qualites-organoleptiques-viande>
- <https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-boeuf/conseils-astuces-cuisiner-viande-boeuf>
- <https://www.boucherie-france.org/reglementation/quest-ce-que-le-plan-de-maitrise-sanitaire-pms/>
- <https://octopus-haccp.com/plan-de-nettoyage-boucherie-charcuterie/>
- <https://www.officiel-prevention.com/dossier/formation/fiches-metier/la-prevention-des-risques-professionnels-des-bouchers-et-charcutiers>
- https://interbev-cvl.normabeve.fr/_medias/CVLO/documents/recueil-des-connaissances-sur-la-qualite-des-viandes-bovines.pdf

Communication



- 76. les enjeux de la communication, la communication écrite et orale, la communication verbale et non verbale, les supports visuels, audiovisuels et numériques de communication, les outils de communication commerciale, les objectifs de la communication commerciale
- 77 · Identifier les outils propres à la vente de produits en boucherie :
- 78 · Identifier les différentes méthodes de vente : vente de contact, vente visuelle, vente à distance

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances

<https://www.artisans-gourmands.fr/project/les-techniques-pour-mieux-vendre/>
<https://www.artisans-gourmands.fr/project/la-consommation-de-viande-en-2022/>
<https://www.defineed.com/exemples-argumentaires-vente/>

<https://www.youtube.com/watch?v=iNln8II5wOY> (divers sketches de vente en alimentation)

https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2016/05/Fiche__AFFAIRES-15-002_enseignant.pdf (certains exercices en lien avec vidéos sketches de vente en alimentation)

http://sitededie.fontainepicard.com/mco/wp-content/uploads/sites/5/2019/09/fiche-outil_grille-dobservation-du-sketch-de-vente.pdf

<https://www.deltabut.com/documents/ANNEXE---fiche-prpa-vente.pdf>

<https://www.activecampaign.com/fr/blog/exemple-objection-de-vente>

https://formatoile2.u-bordeaux.fr/pluginfile.php/771199/mod_resource/content/1/PPT%20COMMUNICATION%20ENTRETIEN%20SEQ%203%202021.pdf

https://cours-info.iut-bm.univ-fcomte.fr/upload/supports/S1/Expression/communication_non_verbale_COURS_0d.pdf

https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2016/05/Fiche__AFFAIRES-15_001_enseignant.pdf (questionnements sur les phases orales de la vente)

Les situations d'apprentissage proposées aux apprenants doivent privilégier un décloisonnement des blocs, pour appréhender les réalités d'apprentissage au plus près des réalités professionnelles. Il est donc incontournable de concevoir des situations professionnelles proches de la réalité, qui traversent un ensemble de compétences et de savoirs des deux blocs. L'activité du titulaire de la mention complémentaire se déroule en espace de vente de proximité, sédentaire, non sédentaire ou dans les rayons métiers traditionnels de la grande distribution.



Le choix pédagogique opéré doit permettre de rendre l'apprenant capable de s'adapter à différents environnements commerciaux. La prise de contact avec le client, le conseil et la vente peuvent se réaliser aussi bien en face à face (espaces commerciaux physiques) qu'à distance (par téléphone, via les réseaux sociaux, le site Internet...). L'apprenant doit donc être capable de s'adapter à différents contextes.

Il convient ici d'insister sur l'importance d'un accueil et d'une argumentation personnalisés. En effet, la personnalisation demeure essentielle dans le commerce et la vente, mais davantage dans le secteur de la vente de produits alimentaires où les attentes du client sont fortes (pour exemple : origine, labels, composition, saisonnalité, association mets vin, achats pour des recettes...).

L'apprenant contribue ainsi à améliorer le parcours client et l'expérience d'achat du client. L'expérience d'achat, "qui recouvre l'ensemble des émotions et des sentiments ressentis par le client au cours des différentes étapes du processus d'achat", doit donc être explicitée aux élèves.

L'ensemble des activités proposées en formation et en PFMP doivent permettre à l'apprenant de mesurer l'importance de la relation client et son impact sur les performances et l'image de l'espace commercial. Il doit appréhender les étapes de la vente, notamment la recherche des besoins et l'argumentation personnalisée dans une démarche de qualité. Cette argumentation doit répondre aux spécificités de la vente de produits alimentaires. La connaissance des produits alimentaires et des services proposés dans ce secteur d'activités est indispensable et nécessaire pour une argumentation réussie et efficace (qui répond à la demande du client).

De façon plus large, l'apprenant devra être sensibilisé aux évolutions rapides et constantes du secteur d'activité, des comportements d'achat et de leur impact sur les attentes clients. À titre d'exemple, de nouvelles tendances de consommation ont fortement impacté les unités commerciales : bienfaits santé, volonté d'authenticité, d'éthique, recherche de transparence, circuits courts et respect de l'environnement... constituent de nouvelles motivations. De même, les consommateurs adaptent aujourd'hui leur consommation dans un contexte inflationniste.

Il convient d'amener l'apprenant à utiliser différents outils de communication orale (téléphone, voix) et écrite (messages numériques, sms...).

- Étudier avec l'apprenant l'importance de la communication non-verbale aussi bien en face à face qu'au téléphone (sourire, attitude, gestuelle, positionnement, regard).
- Sensibiliser l'apprenant aux trois formes de communication (interpersonnelle, de groupe, de masse) associées aux différents moyens de communication respectifs.
- Conduire l'apprenant à repérer les enjeux de la communication, les composantes de la

communication verbale à travers l'observation de situations réelles, simulées ou à l'aide de vidéos avec comme support une grille analyse à compléter, réalisée par l'enseignant/le formateur ou l'élève, seul ou en binôme.

Ressources pédagogiques

- Catalogues de produits (numériques ou papier)
- Catalogues promotionnels
- Liste des allergènes
- Liste des ingrédients
- QR Codes
- Vidéos
- Magasin/laboratoire pédagogique
- Outils d'aide à la vente (OAV) : plan de découverte, argumentaire, fiche client, fiche produit, fiche technique, applications numériques et outils digitaux
- Documents commerciaux
- Matériel d'encaissement numérique
- Procédures et chartes d'accueil recueillies en entreprises
- Tablette, smartphone, téléphone fixe
- Supports papier de prises de commandes

Modalités d'animations envisageables

Les apprenants peuvent s'appuyer sur leur vécu en entreprise. Comme évoqué, il est nécessaire et pertinent de proposer à ces derniers des situations professionnelles réelles.

Il est recommandé d'exploiter le magasin pédagogique s'il y a lieu pour permettre à l'apprenant d'appréhender au mieux les compétences par une entrée "contexte professionnel" ou une entrée "thème".

Dans la mesure du possible, un contexte professionnel local et/ou bien un appui sur l'entreprise signataire du contrat d'apprentissage ou de la convention de stage permet un ancrage plus concret des situations pédagogiques.

- Dans le cadre d'une situation en l'établissement de formation, une mission ou problématique pourrait tout à fait s'illustrer et être introduite par le biais d'une rapide capture vidéo réalisée en amont au sein d'une entreprise partenaire et faire l'objet d'une diffusion en classe.

Une entrée par thème permettra de couvrir tout ou partie des familles de produits alimentaires abordées dans le référentiel.

- Mettre les apprenants en situation grâce à des jeux de rôle et des situations enregistrées et filmées tout en bordant en préalable le droit à l'image.

- Distinguer les catalogues de l'offre produits des catalogues promotionnels lorsque l'apprenant abordera les moyens de communication de l'offre.

Il est primordial de mettre l'élève en situation de répertorier et d'analyser les différentes situations d'encaissement issues d'unités commerciales physiques et notamment celles l'accueillant en PFMP/en apprentissage. Solliciter les entreprises d'accueil des élèves et/ou entreprises locales afin d'observer, de recenser et tester les différents outils d'aide à la vente et d'encaissement.

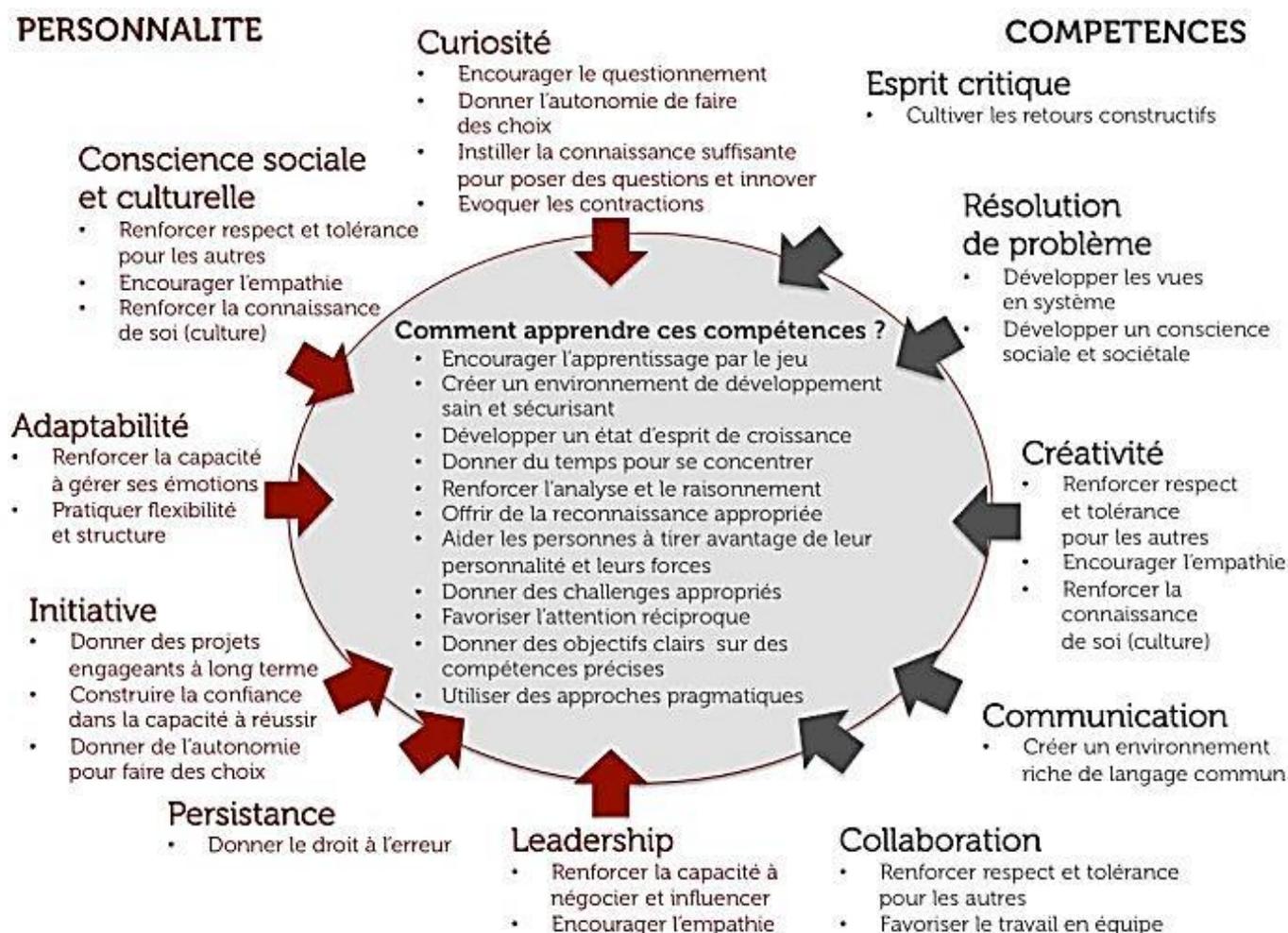
Compétences du XXIème siècle

Les mises en situation et les activités proposées doivent permettre de développer les compétences liées à l'écoute active, à l'empathie et à des méthodes simples d'appréhension des pics d'activités.

De plus, elles doivent contribuer à susciter la curiosité des élèves, à développer leurs compétences numériques, la capacité à utiliser des outils de communication, à favoriser leur sens de l'organisation pour leur faire acquérir un maximum d'autonomie.

Par ailleurs, en raison de la diversité des lieux d'exercice dans le secteur de la vente de produits alimentaires, l'apprenant devra développer sa capacité d'adaptation et de la polyvalence.

Illustration des Compétences du XXIème siècle



SOURCE : WORLD ECONOMIC FORUM – REPORT : NEW VISION FOR EDUCATION : FOSTERING SOCIAL AND EMOTIONAL LEARNING THROUGH TECHNOLOGY

En assurant une prise de contact et une vente-conseil efficaces et personnalisées, l'apprenant va être en mesure de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation des clients et ainsi à la démarche qualité de l'entreprise. Il identifie les composantes du marché des produits alimentaires : la demande, l'offre concurrentielle et l'environnement composé de facteurs qui influencent le marché et ainsi calcule des indicateurs pertinents tels que le chiffre d'affaires en valeur et en volume, l'évolution des ventes, l'évolution du nombre de clients, la part de marché et son évolution et la marge commerciale.



Afin de pouvoir proposer des animations commerciales adaptées et pertinentes et ainsi participer à leur mise en œuvre en entreprise, en centre de formation (mise en œuvre réelle ou simulée), différentes animations commerciales dans le secteur de la vente alimentaire sur le secteur de la boucherie/charcuterie/traiteur (en magasin et sur Internet) seront présentées à l'apprenant qui devra être capable :

- de les repérer et de les différencier, d'identifier leurs objectifs : les animations commerciales permettent aux espaces commerciaux de proposer une expérience produits aux clients, de développer leur confiance envers les enseignes, de créer du trafic aussi bien en magasin qu'en ligne, de fidéliser les clients et de faciliter l'acte d'achat...

L'apprenant devra repérer les différents supports de signalétique et les facteurs d'ambiance à installer en amont de l'animation commerciale qui peut prendre la forme d'une : dégustation, d'animation et/ou création d'ateliers (en charcuterie par exemple, en faisant découvrir les étapes de confection d'une volaille farcie), d'une opération de street marketing, de la théâtralisation et de l'organisation de jeux concours en magasin et/ou sur les réseaux sociaux, etc... (exemple de notre illustration pédagogique sur la campagne autour du veau).

Il doit être capable de repérer les facteurs d'ambiance propres aux espaces commerciaux de vente de produits alimentaires, en comprendre les objectifs et les avantages aussi bien pour l'entreprise que pour le client. Il convient aussi de faire le lien entre l'évolution de certains facteurs d'ambiance et sensoriels et l'évolution des tendances de consommation dans le secteur de l'alimentaire. Il proposera des facteurs d'ambiance appropriés et adaptés à l'animation commerciale qu'il mettra en œuvre.

Les différentes situations d'apprentissages et contextes professionnels doivent permettre à l'apprenant de repérer les enjeux d'une communication professionnelle réussie (satisfaction du client, fidélisation, vente, image positive, avis positifs sur Internet...);

- Insister avec le groupe classe sur les registres de langage et l'importance d'un niveau de langage adapté dans la communication professionnelle ; face à l'évolution permanente des canaux de contact avec les

espaces commerciaux et du comportement du client, susciter la curiosité de l'apprenant pour qu'en veille permanente, il repère cette évolution et ses impacts sur la prise de contact, l'accueil du client, la vente, le conseil et l'assortiment ;

▪ Montrer à l'apprenant qu'il n'est pas le seul à participer à l'accueil et à la satisfaction du client et que l'ambiance, la convivialité, la propreté de l'espace commercial, de son poste de travail, les facteurs d'ambiance, le rangement, une communication personnalisée... concourent à l'accueil du client et surtout à sa fidélisation (en lien avec les blocs de compétences 1 et 2).

À partir de cas concrets et de mise en activité en situation, le groupe classe doit appréhender les enjeux spécifiques de la communication commerciale digitale, entre autres, celle sur les réseaux sociaux. Les commerces de proximité investissent également le digital pour tisser de nouveaux liens, mettre leurs produits et leur savoir-faire en valeur, faciliter la relation commerciale. Le savoir-faire de l'apprenant est à considérer comme une valeur ajoutée.

De plus, l'apprenant doit s'initier à :

- la rédaction de messages écrits professionnels par sms, par email et sur différents médias sociaux (par exemple un post Facebook, une publication Instagram). Le futur titulaire de la spécialisation peut également être amené à contribuer avec son responsable à la rédaction des avis sur Google ou sur les réseaux sociaux ;
- la réalisation de vidéos "simples" sur les réseaux sociaux (par exemple, réaliser et diffuser une vidéo sur Tiktok, sur Instagram, etc.) ;
- la création de QR Code (liste des allergènes, fiches/idées recettes, suggestions d'accompagnements, liste des fruits et légumes de saison, bons de réduction, etc.) sont également des compétences à développer.

Sa participation à la communication commerciale digitale doit être réelle, significative et efficace (dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et des consignes du responsable et/ou des collaborateurs). Nous parlerons dans ce cas de numérique professionnalisant.

Il est nécessaire et indispensable :

- d'amener l'apprenant à repérer les différents types d'animation à partir de ressources et d'exemples issus des PFMP et lors des rotations en entreprise pour les apprentis;
- de conduire l'apprenant à repérer les critères de mise en valeur des produits et à les mettre en œuvre à partir de l'analyse de situations diversifiées (visites de commerces, de foires et salons, de vidéos, de ressources issues de PFMP, entreprise...);
- d'expliciter les étapes simplifiées/les parties d'un plan d'action commercial (objectifs commerciaux fixés, actions opérationnelles, détails financiers) ; la démarche pour préparer et mettre en œuvre une action commerciale ;
- de réaliser une analyse des retombées d'une action pour l'entreprise, un bilan de l'action de fidélisation ou de développement de la relation client ;
- d'insister sur le concept de la mercatique expérientielle et de son importance dans le secteur de la vente alimentaire. En effet, la mercatique expérientielle est une technique de marketing basée sur l'expérience client. Elle se base sur le ressenti de l'utilisateur. Cette technique nécessite un investissement important puisqu'elle implique un lien constant avec le client notamment au niveau de son ressenti et de ses retours. Elle contribue à la démarche qualité.

Les techniques et outils de fidélisation propres au secteur de la vente de produit alimentaire seront

développés avec les élèves. La fidélisation en alimentaire passe aussi par un renouvellement constant des produits, une bonne présence sociale, une culture importante de l'image de marque, des propositions de services, etc.

Des mises en situation diversifiées permettront à l'apprenant d'identifier les différents types de réclamations, de la gérer ou la transmettre à la personne compétente et de proposer une solution adaptée.

Une identification des principaux critères d'insatisfaction des clients en commerce alimentaire, y compris en situation professionnelle, est un moyen de sensibiliser l'apprenant à son propre impact sur la satisfaction client. L'apprenant doit appréhender le fait qu'il contribue à la satisfaction du client, à sa fidélisation et ainsi à une démarche qualité constante et qu'il instaure une relation de confiance et durable avec le client tout au long de son parcours d'achat.

Ressources pédagogiques

- Planogrammes
- Plan d'action commercial
- Fichiers clients
- Profil clients via hubspot
- Documents commerciaux
- Conditions générales de vente
- Procédures
- Tableaux d'analyse des résultats
- Plateforme collaborative Slack ou mur collaboratif virtuel en ligne Padlet, webTV
- Sites internet (marchands et vitrines)
- Articles extraits de la presse spécialisée
- Logiciel gratuit Story board, Canva ou Easel.ly...
- Logiciel de création d'équipes ou de groupes aléatoires Keamk...
- Téléphone fixe ou mobile
- Outils et logiciels numériques dans leurs versions gratuites
- Réseaux sociaux
- Applications/sites internet pour la réalisation de fausses publications sur les réseaux sociaux : Fakebook, Zeob, ifaketextmessage, iphonefaketext, WhatsMok...
- Chatbot via landbot.io
- Vidéos ressources
- Nuages de mots clés avec Wordart, nuagesdemots...
- Quizz en ligne avec Kahoot, wordwall...
- Web radio
- Ordinateur, tablette

Modalités d'animation envisageables

Les élèves peuvent s'appuyer sur leur vécu en PFMP, en entreprise. Il est nécessaire et pertinent de proposer aux élèves des situations professionnelles réelles, des visites d'entreprises, des ateliers ou TP déplacés, des mises en situation en magasin ou vitrine pédagogique.

Les compétences du XXI^{ème} siècle sont encore ici largement mobilisables lors des mises en situation et les modalités pédagogiques proposées. Elles doivent permettre de développer la curiosité des élèves vis-à-vis de leur environnement professionnel, des capacités d'analyse, les compétences numériques. Elles devront également contribuer à développer l'autonomie, la réactivité, la coopération, la prise d'initiatives et la résolution de problèmes.

La mise en œuvre d'animations commerciales, la théâtralisation de l'offre, l'installation de facteurs d'ambiance et de supports de signalétique en lien avec les animations commerciales fournissent un grand nombre d'opportunités pour développer la créativité.

Exemple de Portfolio MC Vente-conseil en boucherie

Organiser le poste de travail <ul style="list-style-type: none"> plan de maîtrise sanitaire : guide de bonnes pratiques d'hygiène, registres de traçabilité, fiches d'entretien et nettoyage, plans et protocoles applicables aux préparations, aux nettoyages, au bio-nettoyage, à l'utilisation des matériels, fiches de relevés de température, documents de suivi d'hygiène et de sécurité 	Entretien des espaces de travail, de vente et les matériels <ul style="list-style-type: none"> Guide des bonnes pratiques d'hygiène Plans et protocoles applicables 	Réaliser l'inventaire physique quotidien <ul style="list-style-type: none"> Documents d'inventaire Comment est réalisé l'inventaire quotidien? 	Identifier les besoins et transmettre l'information au laboratoire <ul style="list-style-type: none"> Documents internes de liaison entre le laboratoire et l'espace de vente 	Participer aux commandes et à l'approvisionnement des produits et fournitures <ul style="list-style-type: none"> Réaliser un plan d'appel téléphonique pour informer le client du suivi de sa commande Répondre à un client en face à face/par téléphone/mail Bons de commande, de livraison Participation à la passation des commandes fournisseurs (base de données fournisseurs) Préparer les commandes clients Contrôle quantitatif et qualitatif des livraisons
Désapprovisionner et remettre l'espace de vente et les matériels en l'état <ul style="list-style-type: none"> comment que je procède lorsque que je désapprovisionne ? (photo avant après) 	Implanter et mettre en valeur l'assortiment des produits <ul style="list-style-type: none"> photos d'implantation en tenant compte des événements calendaires et/ou des préconisations= mise en scène d'implantation plan d'implantation/ schéma d'implantation 	Gérer les déchets <ul style="list-style-type: none"> photos: la gestion des déchets en boucherie tri et évacuation des déchets 	Préparer les produits pour la mise en vente <ul style="list-style-type: none"> mobilier espace de vente Contribution à la traçabilité des marchandises Fiche de relevé des températures Mise en avant des produits Anticipation des ruptures Réassortiment 	Appliquer les règles d'étiquetage <ul style="list-style-type: none"> quelles sont les règles à appliquer en matière d'étiquetage?
Répondre à la demande du client, proposer des produits, conseiller et	Installer et mettre à jour la signalétique <ul style="list-style-type: none"> quelle signalétique pour quel produit? photos de la signalétique en entreprise 	Maintenir le rayon en état marchand. <ul style="list-style-type: none"> rotation des stocks Mise en valeur des produits et de l'espace commercial 	Découvrir, identifier et reformuler la demande du client <ul style="list-style-type: none"> Sketch de vente 	Mettre en œuvre des
		Accueillir le client <ul style="list-style-type: none"> la prise de contact avec le client (sketch de vente) 		
		Proposer des ventes		



Des exemples de ressources à collecter et à exploiter dans le portfolio et/ou lors du cycle de formation

Réseaux sociaux: pourquoi et comment les utiliser?



artisans-gourmands.fr

Les réseaux sociaux : pourquoi et comment les utiliser? - Artisans Gourmands

Ajouter un commentaire

Réussir la décoration de sa boucherie



Réussir la décoration de sa boucherie

Ajouter un commentaire

Commerçants, en avant vers le numérique.



francenum.gouv.fr

Commerçants, en avant vers le numérique : Guide pratique pour les commerçants de proximité - francenum.gouv.fr

Ajouter un commentaire

Quelle stratégie de communication pour une boucherie?



Quelle stratégie de communication pour une boucherie ?

Ajouter un commentaire

17 idées de promotion des ventes



xlsoft.fr

17 idées de promotion des ventes à mettre en place rapidement - XL Soft

Ajouter un commentaire

Le veau façon grand-mère, vous risquez d'y prendre goût.



bravoveau.com

Approvisionnement des produits



PDF

approvisionnement des produits

Source: "La boucherie française " N°882 Octobre 2023

Démarque- Protection des dénominations relatives à la viande



PDF

de marque protection des de nominations relatives a la viande

Source: "La boucherie française "

Des exemples de ressources à collecter et à exploiter dans le portfolio et/ou lors du cycle de formation

Ressources

Ressources "Amener ses contenants en boucherie"



francetvinfo.fr

Dans certains supermarchés, on peut désormais amener sa propre boîte en plastique pour acheter la viande ou le fromage à la coupe

Ajouter un commentaire

Mon artisan boucher, quel plaisir d'y revenir



YouTube

Publicité : Mon artisan boucher, quel plaisir d'y revenir !

Ajouter un commentaire

Théâtralisation

Théâtralisation d'un commerce de bouche

Concrètement, après avoir passé le cap de l'artisan, aller dans un magasin ne relève plus vraiment du spectacle, mais de la routine. Une bonne expérience client en magasin va être réalisée par divers facteurs comme le qualité du service, la présentation des produits, le design du lieu ou encore le temps d'attente.

Durant de nombreuses années, le travail des artisans des métiers de bouche a été relayé au second plan du service proposé aux clients en magasin. Les bouchers ont été agacés pour proposer un service respecté, mais imparfaitement, car le travail des artisans n'est pas rentable.

En nous inspirant du théâtre ou les spectateurs se déplacent pour assister à un spectacle qui sert de leur seule, nous proposons une commercialisation de bouche pour donner l'air de la scène de l'attention de vos clients. Le concept de théâtralisation de commerce nous permet par divers moyens de restaurer le travail de l'artisan dans le boutique.

DOCX

Théâtralisation d'un commerce de bouche

Ajouter un commentaire

Valoriser l'offre commerciale



nakide.fr

La Boucherie Delmas - nakide

Ajouter un commentaire

Communication digitale pour augmenter son trafic client



YouTube

Comment avoir plus de clients dans ma boucherie

Ajouter un commentaire

Boucherie avec dégustation, un concept en vogue



nakide.fr

Boucherie avec dégustation, un concept en vogue - nakide

Boucherie, Charcuterie, Traiteur... futurs acteurs du snacking?



blog.gastroprofession...

Boucherie, Charcuterie, Traiteur... futurs acteurs du snacking ?

Ajouter un commentaire

Règlementation: vente d'alcool à emporter



boucherie-france.org

Vente d'alcool à emporter - CFBCT

Ajouter un commentaire

VI LA MISE EN ŒUVRE DE LA CERTIFICATION

L'évaluation certificative

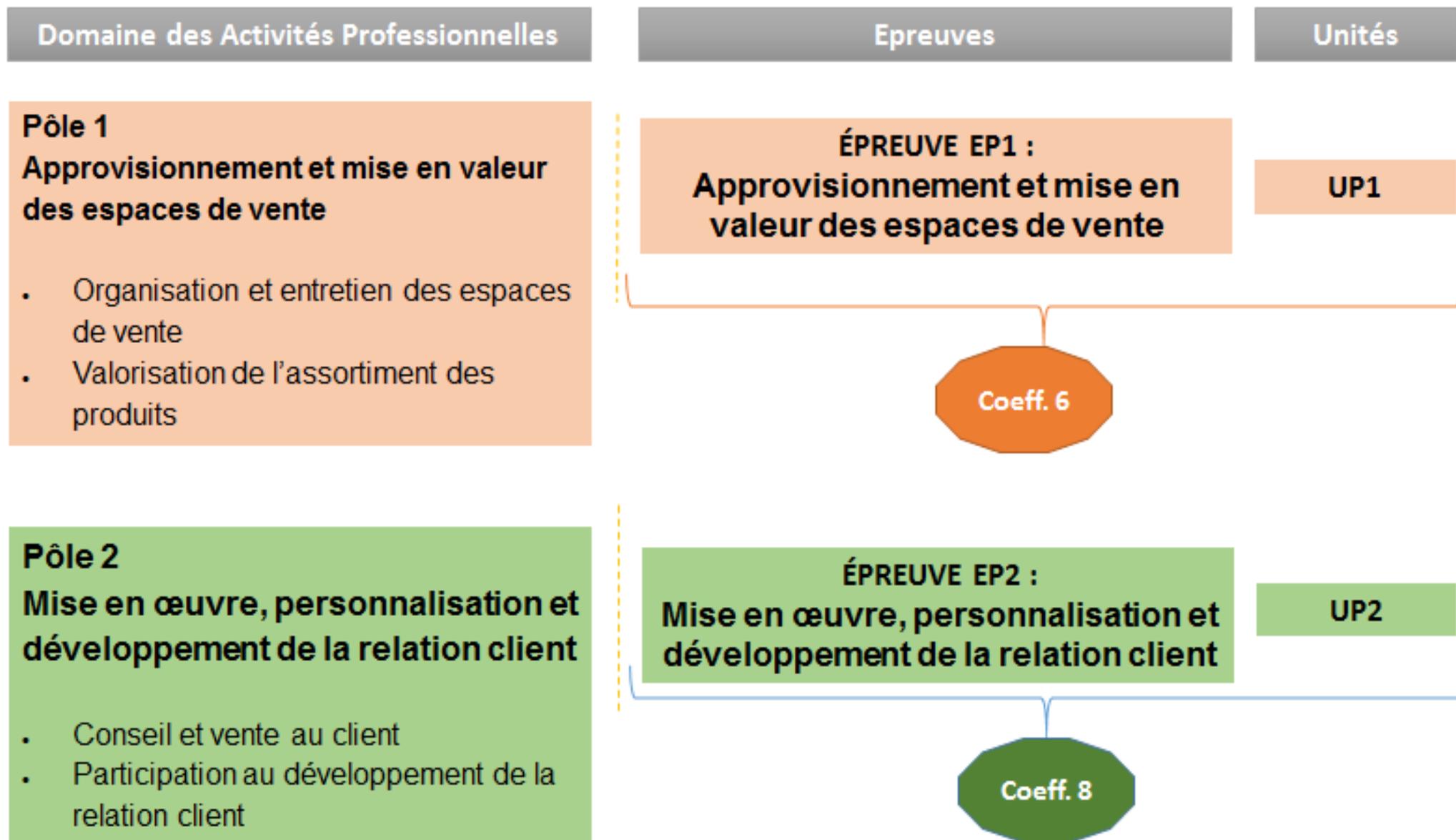
Unités constitutives du diplôme certificat de spécialisation « Vente-conseil en boucherie ».

Les unités certificatives constitutives du certificat « Vente-conseil en boucherie » sont attribuées selon le référentiel de compétences figurant en annexe III. Elles représentent un ensemble cohérent au regard de la finalité du diplôme, des acquis d'apprentissage exprimés à travers les activités professionnelles définies en annexe II.

Le tableau ci-après établit les correspondances entre les unités professionnelles, les épreuves et les domaines d'activités.

Unités professionnelles	Épreuves	Correspondance avec le référentiel d'activités professionnelles
UP 1 Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente	EP 1	Pôle 1 Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente <ul style="list-style-type: none"> Organisation et entretien des espaces de vente Valorisation de l'assortiment des produits
UP 2 Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client	EP 2	Pôle 2 Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client <ul style="list-style-type: none"> Conseil et vente au client Participation au développement de la relation client

Mention complémentaire de niveau 3 Spécialité « Vente-conseil en boucherie »			Scolaire (établissement public et privé sous contrat) Apprentissage (CFA habilité au CCF ou CFA porté par un EPLE, GRETA ou GIP-FCIP assurant toute la formation théorique) Formation professionnelle continue (établissement public)	Scolaire (établissement privé hors contrat) Apprentissage (CFA non habilité au CCF) Formation professionnelle continue (établissement privé) Enseignement à distance Candidats justifiant de trois années d'activités	
Épreuves	Unité	Coef.	Mode	Mode	Durée
UNITÉS PROFESSIONNELLES					
EP 1 – Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente	UP 1	6	CCF¹	Ponctuel Oral	25 min
EP 2 – Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client	UP 2	8	CCF	Ponctuel Pratique et oral	30 min (dont 10 min d'oral)
¹ Contrôle en Cours de Formation					



Epreuves

ÉPREUVE EP1 : Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente

Cette épreuve prend appui sur la constitution par le candidat d'un portfolio numérique qu'il réalise au fur et à mesure de sa formation. Le contenu du portfolio permet au candidat de présenter des travaux professionnels réalisés en entreprise et en établissement de formation et d'explicitier les travaux qu'il a sélectionnés. Il peut être constitué :

- document,
- photographie,
- vidéo,
- enregistrement audio ou tout type de support)
- fournit des traces des activités professionnelles réalisées.



Les supports présents dans le portfolio doivent couvrir obligatoirement les compétences globales figurant dans le tableau à suivre.

Épreuves

ÉPREUVE EP1 : Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente

Compétences globales	Compétences opérationnelles correspondantes
Organiser le poste de travail	<ul style="list-style-type: none">-Contrôler la propreté de l'environnement de travail et des matériels-Mettre en service les matériels et préparer les fournitures de conditionnement-Contrôler le bon fonctionnement des matériels et équipements-Contrôler et consigner les températures des équipements
Entretien des espaces de travail, de vente et les matériels	<ul style="list-style-type: none">-Appliquer les protocoles de nettoyage et de désinfection, en mettant en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement-Compléter les documents de traçabilité des nettoyages
Préparer les produits pour la mise en vente	<ul style="list-style-type: none">-Identifier les produits à mettre en rayon-Effectuer les opérations techniques préalables à la mise en vente des produits-Disposer les produits dans les contenants adaptés-Mettre en œuvre la rôtisserie et mettre en cuisson les viandes, volailles et garnitures
Implanter et mettre en valeur l'assortiment des produits	<ul style="list-style-type: none">-Implanter les produits dans le respect de la réglementation, de la stratégie commerciale de l'entreprise, et des spécificités des produits vendus-Mettre en valeur et présenter les produits-Aménager et mettre en scène les espaces de vente
Appliquer les règles d'étiquetage	<ul style="list-style-type: none">-Calculer un prix de vente et appliquer une réduction-Renseigner et apposer les étiquettes en tenant compte de la dénomination du produit tout au long de l'activité
Maintenir en état marchand le rayon	<ul style="list-style-type: none">-Réapprovisionner les denrées, produits et préparations ; réorganiser le rayon et la rôtissoire tout au long de l'activité-Détecter et retirer les produits non commercialisables en l'état-Valoriser les morceaux de viande et les fausses coupes-Anticiper les ruptures potentielles de produits et rendre compte

Les travaux présentés peuvent être en lien avec d'autres compétences du pôle 1. Une même activité professionnelle peut illustrer plusieurs compétences. Un tableau récapitulatif regroupe les compétences opérationnelles décrites dans le portfolio du candidat.

Épreuves

ÉPREUVE EP1 : Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente

Mode CCF

Présentation

Le contrôle en cours de formation est conduit à partir des travaux professionnels du candidat réalisés durant le cycle de formation, à la fois en entreprise et en établissement de formation. Il s'appuie notamment sur les travaux présentés dans le portfolio numérique.

Mode Ponctuel oral (25 minutes)

L'épreuve se déroule en deux parties, elle comporte deux phases :

- une phase de présentation
- une phase d'entretien.

Déroulement

Le contrôle des acquis des candidats est formalisé dans un document de positionnement des compétences tout au long du cycle de formation. Il s'effectue :

- en établissement de formation, tout au long de l'année scolaire par l'équipe pédagogique du domaine professionnel qui évalue l'acquisition des compétences et leurs savoirs associés ;
- en entreprise, par les enseignants ou formateurs de spécialité et le maître d'apprentissage ou tuteur, qui positionnent le niveau de compétences acquis, soit à l'issue de chaque période de formation en milieu professionnel pour les candidats sous statut scolaire, soit à des moments déterminés pour les autres candidats.

- un exposé (10 minutes maximum) : le candidat présente oralement le contexte de l'entreprise dans lequel il a été formé puis au moins deux activités issues de son portfolio. Ces deux activités sont choisies par la commission d'évaluation. Le candidat s'appuie sur son portfolio et peut se munir d'un support ou document de son choix exploitable le jour de l'épreuve. Le portfolio, ainsi que les éventuels supports et documents ne font pas l'objet d'une évaluation.

- un entretien (15 minutes) : la commission d'évaluation questionne le candidat sur la base des activités développées dans le cadre de la formation. Ce questionnement amène le candidat à démontrer la maîtrise des compétences du bloc 1 « Approvisionner et mettre en valeur l'espace de vente », qu'il s'agisse des compétences abordées dans le portfolio ou de toute autre compétence du bloc 1.

Épreuves

ÉPREUVE EP1 : Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente

Évaluation

Mode CCF

En fin du cursus de formation, l'équipe pédagogique accompagnée du maître d'apprentissage ou du tuteur, ou à défaut d'un autre professionnel, s'appuie sur ces évaluations effectuées à partir du suivi formalisé des compétences en établissement de formation et en entreprises. Ces évaluations permettent de dégager un profil de compétences s'exprimant en note finale pour l'épreuve.

L'inspecteur de l'éducation nationale en charge de la spécialité veille à la conformité du contrôle en cours de formation et à l'harmonisation de l'évaluation des candidats.

Mode Ponctuel oral (25 minutes)

La commission d'évaluation est composée d'un professeur ou d'un formateur de spécialité et d'un professionnel ou, à défaut, d'un deuxième professeur ou formateur de spécialité. Elle renseigne les critères de la grille nationale d'évaluation et propose la note finale pour l'épreuve.

La date et les modalités de remise du portfolio numérique sont définis au niveau académique. En l'absence du portfolio, le candidat ne peut pas être interrogé. La commission d'évaluation en informe le candidat et la note zéro est attribuée à cette épreuve.

Dans tous les autres cas, il convient d'interroger le candidat.

ÉPREUVE EP1 :
Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente



Portfolio numérique +
autres supports
travaillés au cours de la
formation



Document titled 'Mention complémentaire - Vente conseil en boucherie - EP 1 - MODE CCF - Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente'. It includes a table for 'NOTE /20'.

Compétence	Observations	Noté																		
Compétence 1	...																			
Compétence 2	...																			

Compétence	Observations	Noté																		
Compétence 1	...																			
Compétence 2	...																			

Proposition de
note pour le Jury
académique

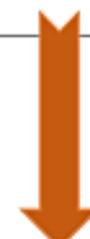
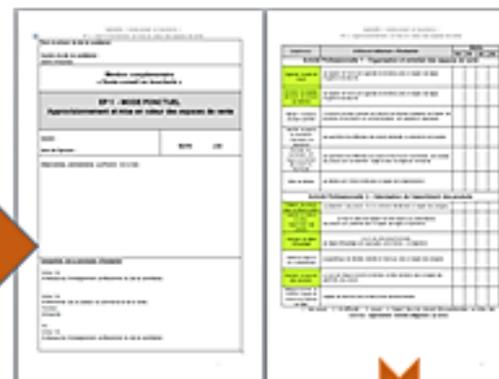


L'IEN veille au bon
déroulement de
l'ensemble du processus

Mode Ponctuel oral (25 minutes)

ÉPREUVE EP1 : Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente

Bloc 1 - Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente			
Activités professionnelles	Tâches	Compétences globales	Compétences opérationnelles
Organisation et gestion des espaces de vente	Organisation du poste de travail	Organiser le poste de travail	<ul style="list-style-type: none"> Contrôler la propreté de l'environnement, le Taux et les matières Soigner et servir les matières et préparer les fournitures de conditionnement Contrôler le bon fonctionnement des matières et équipements Contrôler et concevoir les présentations des équipements
	Étendre les espaces de travail, de vente et les matières	Étendre les espaces de travail, de vente et les matières	<ul style="list-style-type: none"> Appliquer les protocoles de nettoyage et de désinfection, et régler et soigner les pratiques respectueuses de l'environnement Contrôler les éléments de rangement des matières Contrôler qualitativement et quantitativement les services, produits, préparations et fournitures présents dans les espaces de vente et en assurer le bon fonctionnement Contrôler les DUC, DCC et DCA Manager les éléments énumérés
	Mettre à jour le plan de travail	Mettre à jour le plan de travail	<ul style="list-style-type: none"> Régler les tâches de travail et matières présentes et préparer les réponses Participer à la mise à jour des données après validation de l'information
Préparation et mise en valeur des produits	Identification des besoins et transmission de l'information	Identifier les besoins et transmettre l'information	<ul style="list-style-type: none"> Participer aux commandes et à l'approvisionnement des produits et fournitures Ranger les produits dans des contenants Appliquer les règles de rangement Contrôler les produits et effectuer les opérations de rangement Classer les produits dans les contenants et assurer la sécurité
	Préparation des produits pour la mise en vente	Préparer les produits pour la mise en vente	<ul style="list-style-type: none"> Préparer les produits et les emballages Contrôler les produits et effectuer les opérations de rangement Classer les produits dans les contenants et assurer la sécurité
	Mise en valeur des produits	Mettre en valeur les produits	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en valeur les produits et les emballages Contrôler les produits et effectuer les opérations de rangement Classer les produits dans les contenants et assurer la sécurité



Proposition de note pour le Jury académique



Un exposé (10 minutes maximum)

Présentation oralement le contexte de l'entreprise dans lequel il a été formé
Présentation de deux activités issues de son portfolio. Ces deux activités sont choisies par la commission d'évaluation.
Le candidat s'appuie sur son portfolio et peut se munir d'un support ou document de son choix exploitable le jour de l'épreuve.

+

Un entretien (15 minutes)

La commission d'évaluation questionne le candidat sur la base des activités développées dans le cadre de la formation. Ce questionnement amène le candidat à démontrer la maîtrise des compétences du bloc 1 « Approvisionner et mettre en valeur l'espace de vente », qu'il s'agisse des compétences abordées dans le portfolio ou de toute autre compétence du bloc 1.

Certificat de spécialisation (MC) Vente-conseil en boucherie
Épreuve EP1 - Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente
Contrôle en cours de formation – Contrôle ponctuel

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES COMPÉTENCES FIGURANT DANS LE PORTFOLIO

Les supports présents dans le portfolio doivent couvrir obligatoirement les compétences globales figurant dans le tableau ci-dessous. Les travaux présentés peuvent être en lien avec d'autres compétences du pôle 1. Une même activité peut être en lien avec plusieurs compétences.

Chaque compétence globale doit être abordée. Pour chaque compétence globale, une ou plusieurs compétences opérationnelles seront abordées.

Compétences globales	Cocher si la compétence globale figure dans le portfolio	Liste indicative des compétences opérationnelles correspondantes	Cocher les compétences opérationnelles abordées dans le portfolio	Indiquer les activités présentées	Indiquer le(s) type(s) de ressource (audio, fichier,...)
Organiser le poste de travail	<input type="checkbox"/>	-Contrôler la propreté de l'environnement de travail et des matériels	<input type="checkbox"/>		
		-Mettre en service les matériels et préparer les fournitures de conditionnement	<input type="checkbox"/>		
		-Contrôler le bon fonctionnement des matériels et équipements	<input type="checkbox"/>		
		-Contrôler et consigner les températures des équipements	<input type="checkbox"/>		
Entretenir les espaces de travail, de vente et les matériels	<input type="checkbox"/>	-Appliquer les protocoles de nettoyage et de désinfection, en mettant en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement	<input type="checkbox"/>		
		-Compléter les documents de traçabilité des nettoyages	<input type="checkbox"/>		
Préparer les produits pour la mise en vente	<input type="checkbox"/>	-Identifier les produits à mettre en rayon	<input type="checkbox"/>		
		-Effectuer les opérations techniques préalables à la mise en vente des produits	<input type="checkbox"/>		
		-Disposer les produits dans les contenants adaptés	<input type="checkbox"/>		
		-Mettre en œuvre la rôtisserie et mettre en cuisson les viandes, volailles et garnitures	<input type="checkbox"/>		
Implanter et mettre en valeur l'assortiment des produits	<input type="checkbox"/>	-Implanter les produits dans le respect de la réglementation, de la stratégie commerciale de l'entreprise, et des spécificités des produits vendus	<input type="checkbox"/>		
		-Mettre en valeur et présenter les produits	<input type="checkbox"/>		
		-Aménager et mettre en scène les espaces de vente	<input type="checkbox"/>		
		-Calculer un prix de vente et appliquer une réduction	<input type="checkbox"/>		

Appliquer les règles d'étiquetage	<input type="checkbox"/>	-Renseigner et apposer les étiquettes en tenant compte de la dénomination du produit tout au long de l'activité	<input type="checkbox"/>		
Maintenir en état marchand le rayon	<input type="checkbox"/>	-Réapprovisionner les denrées, produits, et préparations ; réorganiser le rayon et la rôtissoire tout au long de l'activité	<input type="checkbox"/>		
		-Détecter et retirer les produits non commercialisables en l'état	<input type="checkbox"/>		
		-Valoriser les morceaux de viande et les fausses coupes	<input type="checkbox"/>		
		-Anticiper les ruptures potentielles de produits et rendre compte	<input type="checkbox"/>		

EP1 - Dans le cadre du contrôle en cours de formation et du contrôle ponctuel, pour chaque candidat le tableau récapitulatif ci-contre sera porté à la connaissance des différentes commissions. Un rappel du tableau sera présenté dans la circulaire d'organisation nationale. Le tableau proposé sera à disposition sur le site national de ressources en alimentation.

1. Objectifs et contenu de l'épreuve

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à mobiliser ses compétences acquises et les savoirs associés dans le cadre de situations professionnelles relevant du pôle 2

« Mise en œuvre, personnalisation développement de la relation client »

2. Critères d'évaluation

L'évaluation des acquis du candidat s'appuie sur les compétences opérationnelles et les résultats attendus correspondant aux activités professionnelles du pôle 2 :

- Conseil et vente au client ;
- Participation au développement de la relation client.

Épreuves

ÉPREUVE EP2 :

Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client

	Mode CCF	Mode ponctuel pratique et oral (30 minutes)
Présentation	à partir des travaux professionnels du candidat réalisés durant le cycle de formation dans le cadre des PFMP et de la formation en établissement.	L'épreuve comporte deux phases : une phase de vente-conseil significative, réelle, ou à défaut simulée, et une phase d'entretien.
Déroulement	<p>Le contrôle des acquis des candidats est formalisé dans un document de positionnement des compétences tout au long du cycle de formation. Il s'effectue :</p> <ul style="list-style-type: none">• en établissement de formation, tout au long de l'année scolaire par l'équipe pédagogique du domaine professionnel qui évalue l'acquisition des compétences et leurs savoirs associés ;• en entreprise, par les enseignants ou formateurs de spécialité et le maître d'apprentissage ou tuteur, qui positionnent le niveau de compétences acquis, soit à l'issue de chaque période de formation en milieu professionnel pour les candidats sous statut scolaire, soit à des moments déterminés pour les autres candidats.	<p>- Dans une première partie (20 minutes), le candidat réalise une ou plusieurs vente(s)-conseil significatives et réelle(s), ou à défaut simulée(s). Afin que cette situation soit significative, un membre de la commission d'évaluation peut jouer le rôle du client pour compléter la ou les vente(s)-conseil, le cas échéant. Lors de la ou des vente(s)-conseil, le candidat doit réaliser des techniques de transformation, finition et conditionnement du bloc de compétences 2, dont, a minima, les techniques suivantes : piécer un steak, couper une côte, trancher un produit de charcuterie à la trancheuse et ficeler un rôti. Durant cette partie, la commission d'évaluation évalue le degré d'acquisition des compétences du pôle 2 « Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client » mobilisées par le candidat.</p> <p>- Dans une deuxième partie (10 minutes), par un questionnement approprié, la commission d'évaluation conduit le candidat à expliciter les activités réalisées durant la première partie et à démontrer plus largement la maîtrise des compétences du bloc de compétences 2.</p>

Évaluation

Mode CCF

En fin du cursus de formation, l'équipe pédagogique accompagnée du maître d'apprentissage ou du tuteur, ou à défaut d'un autre professionnel, s'appuie sur ces évaluations effectuées à partir du suivi formalisé des compétences en établissement de formation et en entreprises. Ces évaluations permettent de dégager un profil de compétences s'exprimant en note finale pour l'épreuve.

L'inspecteur de l'éducation nationale en charge de la spécialité veille à la conformité du contrôle en cours de formation et à l'harmonisation de l'évaluation des candidats.

Mode ponctuel pratique et oral (30 minutes)

La commission d'évaluation est composée d'un professeur ou d'un formateur de vente et d'un professionnel de boucherie ou, à défaut, d'un deuxième professeur ou formateur de spécialité boucherie. Elle renseigne les critères de la grille nationale d'évaluation et propose la note finale pour l'épreuve.

Mode CCF

ÉPREUVE EP2 : Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client



*

* Le portfolio peut servir également pour collecter les travaux réalisés sur l'année de formation sur le pôle EP2



Document de suivi de l'évaluation des compétences

ÉPREUVE EP2 - MODE CCF
Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client

Compétence	Observations	Notes
1. Mettre en œuvre des produits et services personnalisés		
2. Personnaliser les produits et services		
3. Développer la relation client		

Compétence	Observations	Notes
1. Mettre en œuvre des produits et services personnalisés		
2. Personnaliser les produits et services		
3. Développer la relation client		

Document de suivi de l'évaluation des compétences

Compétence	Observations	Notes
1. Mettre en œuvre des produits et services personnalisés		
2. Personnaliser les produits et services		
3. Développer la relation client		

Proposition de note pour le Jury académique



L'IGEN veille au bon déroulement de l'ensemble du processus

ÉPREUVE EP2 :

Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client

Mode PONCTUEL

20 Minutes
En magasin, une
phase de vente-
conseil
significative,
réelle, ou à
défaut simulée



10 minutes
Une phase d'entretien

par un questionnement approprié, la commission d'évaluation conduit le candidat à expliciter les activités réalisées durant la première partie et à démontrer plus largement la maîtrise des compétences du bloc de compétences 2.



le candidat doit réaliser des techniques de transformation, finition et conditionnement du bloc de compétences 2, dont, à minima, les techniques suivantes : piécer un steak, couper une côte, trancher un produit de charcuterie à la trancheuse et ficeler un rôti..



Proposition de note
pour le Jury
académique



Bilan des compétences		Bilan des compétences	
Compétence	Maîtrise	Compétence	Maîtrise
1.1.1.1		1.1.1.2	
1.1.1.3		1.1.1.4	
1.1.1.5		1.1.1.6	
1.1.1.7		1.1.1.8	
1.1.1.9		1.1.1.10	
1.1.1.11		1.1.1.12	
1.1.1.13		1.1.1.14	
1.1.1.15		1.1.1.16	
1.1.1.17		1.1.1.18	
1.1.1.19		1.1.1.20	
1.1.1.21		1.1.1.22	
1.1.1.23		1.1.1.24	
1.1.1.25		1.1.1.26	
1.1.1.27		1.1.1.28	
1.1.1.29		1.1.1.30	
1.1.1.31		1.1.1.32	
1.1.1.33		1.1.1.34	
1.1.1.35		1.1.1.36	
1.1.1.37		1.1.1.38	
1.1.1.39		1.1.1.40	
1.1.1.41		1.1.1.42	
1.1.1.43		1.1.1.44	
1.1.1.45		1.1.1.46	
1.1.1.47		1.1.1.48	
1.1.1.49		1.1.1.50	
1.1.1.51		1.1.1.52	
1.1.1.53		1.1.1.54	
1.1.1.55		1.1.1.56	
1.1.1.57		1.1.1.58	
1.1.1.59		1.1.1.60	
1.1.1.61		1.1.1.62	
1.1.1.63		1.1.1.64	
1.1.1.65		1.1.1.66	
1.1.1.67		1.1.1.68	
1.1.1.69		1.1.1.70	
1.1.1.71		1.1.1.72	
1.1.1.73		1.1.1.74	
1.1.1.75		1.1.1.76	
1.1.1.77		1.1.1.78	
1.1.1.79		1.1.1.80	
1.1.1.81		1.1.1.82	
1.1.1.83		1.1.1.84	
1.1.1.85		1.1.1.86	
1.1.1.87		1.1.1.88	
1.1.1.89		1.1.1.90	
1.1.1.91		1.1.1.92	
1.1.1.93		1.1.1.94	
1.1.1.95		1.1.1.96	
1.1.1.97		1.1.1.98	
1.1.1.99		1.1.1.100	

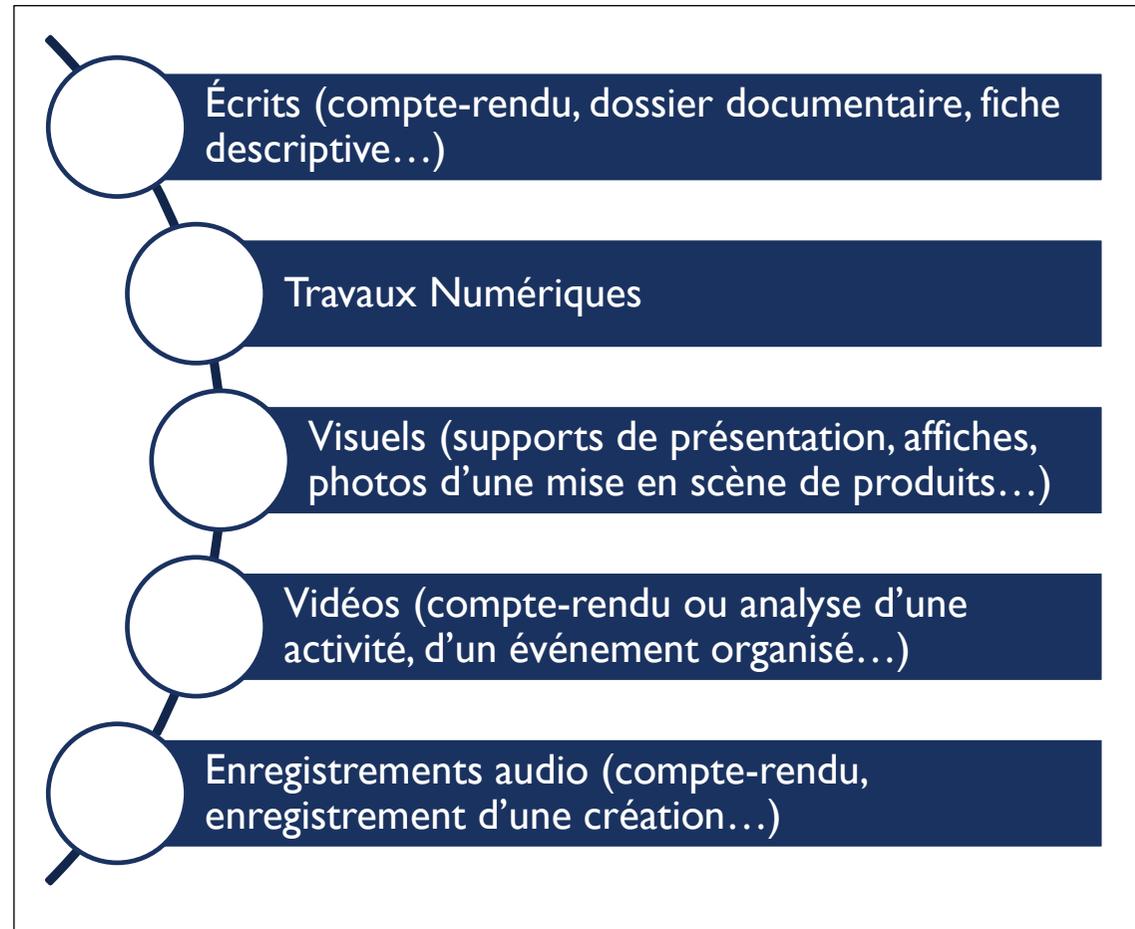
NATURE DES TRAVAUX PROFESSIONNELS AU FIL DE LA FORMATION

Pôle 1 (CCF ou ponctuel) « Cette épreuve prend appui sur la constitution par le candidat d'un portfolio numérique qu'il réalise au fur et à mesure de sa formation. Le contenu du portfolio permet au candidat de présenter des travaux professionnels réalisés en entreprise et en établissement de formation et d'explicitier les travaux qu'il a sélectionnés. Il peut être diversement constitué... »

Pôle 2 (CCF) Le contrôle en cours de formation est conduit à partir des travaux professionnels du candidat réalisés durant le cycle de formation, à la fois en entreprise et en établissement de formation.



1. En établissement de formation
2. En Période de formation en entreprise
3. En projet pédagogique



L'EVALUATION DES ACQUIS EN CCF (EP1 – EP2)

Pour fonder le positionnement sur un palier de compétences, l'évaluateur doit disposer des travaux professionnels et d'informations complémentaires qui engagent l'apprenant dans une pratique réflexive :

LES PALIERS DE COMPÉTENCES

Objectif identifier le profil de l'apprenant à travers son palier d'évolution

Palier 1 NA

★

- Non acquis, les résultats sont très inférieurs aux exigences. Absence totale de maîtrise.
- les écarts observés compromettent totalement la production finale et/ou les règles relatives à l'hygiène et à la sécurité appliquées par le candidat sont incompatibles avec les exigences et la réglementation liée au métier.

Palier 2 ED

★★

- En difficulté, les résultats sont en dessous des exigences. Les écarts observés compromettent la production finale ou l'acte final.
- Les aléas de l'activité professionnelle ne sont pas résolus.

Palier 3 AC

★★★

- Acquis, les résultats sont conformes aux exigences. Les écarts perfectibles constatés n'entravent pas la production finale et l'acte final.
- Les problèmes sont résolus dans les contextes variés de l'activité professionnelle

Palier 4 EX

★★★★

- Expert, la maîtrise est très satisfaisante. Les résultats obtenus sont supérieurs aux exigences.
- Les problèmes sont résolus dans des contextes imprévisibles de l'activité professionnelle

Le contexte professionnel

L'activité réalisée, les consignes données, les tâches effectuées, les outils ou supports utilisés...

Les contraintes, obstacles rencontrés et la gestion de ces contraintes

Le résultat obtenu

Le degré de guidance

<p>Nom et prénom du (de la) candidat(e)</p> <p>Numéro du (de la) candidat(e) :</p> <p>Centre d'examen :</p>	
<p>Certificat de spécialisation (MC) « Vente-conseil en boucherie »</p>	
<p>EP 1 - MODE PONCTUEL Approvisionnement et mise en valeur des espaces de vente coefficient 6</p>	
<p>Session :</p> <p>Date de l'épreuve :</p>	<p>NOTE /20</p>
<p>Observations, commentaires (justification de la note)</p>	
<p><u>Composition de la commission d'évaluation :</u></p> <p>Mme / M. Professeur(e)/formateur(trice) d'enseignement de spécialité</p> <p>Mme / M. Professionnel (le) Fonction Entreprise</p> <p>Ou Mme / M. Professeur(e) formateur(trice) d'enseignement de la spécialité</p>	

Compétences	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		NA	ED	AC	EX
Activité Professionnelle 1 – Organisation et entretien des espaces de vente					
Organiser le poste de travail	Respect des règles d'hygiène et de sécurité dans l'organisation des espaces de travail				
Entretien des espaces de travail, de vente et les matériels	Respect des règles d'hygiène et de sécurité dans l'entretien des espaces de travail, de vente et les matériels				
Réaliser l'inventaire physique quotidien	Fiabilité des résultats de l'inventaire physique quotidien transmis et des anomalies et produits non commercialisables signalées				
Identifier les besoins et transmettre l'information au laboratoire	Justesse de l'appréciation des quantités et des références des produits demandés au laboratoire				
Participer aux commandes et à l'approvisionnement des produits et fournitures	Justesse de l'appréciation des quantités et des références de produits et fournitures à commander. Respect des règles de l'entreprise et de la rotation des stocks dans le rangement des produits				
Gérer les déchets	Respect de la réglementation dans le tri et le traitement des déchets				
Activité Professionnelle 2 – Valorisation de l'assortiment des produits					
Préparer les produits pour la mise en vente	Respect des consignes dans la préparation des produits mis à la vente				
Implanter et mettre en valeur l'assortiment des produits	Respect des règles d'implantation et des préconisations dans la présentation des produits et la mise en scène des espaces de vente				
Appliquer les règles d'étiquetage	Justesse du calcul du prix de vente. Respect des règles d'étiquetage				
Installer et mettre à jour la signalétique	Fiabilité et visibilité de la signalétique				
Maintenir le rayon en état marchand.	Maintien de l'état marchand du rayon dans le respect des spécificités des produits				
Désapprovisionner et remettre l'espace de vente et les matériels en l'état	Respect des règles d'hygiène et de sécurité dans le désapprovisionnement et la remise en l'état de l'espace de vente et des matériels				

1 : Non acquis 2 : En difficulté 3 : Acquis 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

Appréciation motivée obligatoire au verso

**Une grille de descripteurs sera communiquée parallèlement à la grille d'évaluation.
Les évaluateurs seront invités à justifier la notation par profil - Observations, commentaires sur la prestation du candidat**



Compétences qui feront l'objet d'un choix ciblé par la commission d'interrogation
2 compétences sur 6 conformément au règlement de l'épreuve

<p>Nom et prénom du (de la) candidat(e)</p> <p>Numéro du (de la) candidat(e) :</p> <p>Centre d'examen :</p>	
<p>Certificat de spécialisation (MC) « Vente-conseil en boucherie »</p>	
<p>EP2 - MODE PONCTUEL Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client – coefficient 8</p>	
<p>Session :</p> <p>Date de l'épreuve :</p>	<p>NOTE /20</p>
<p>Observations, commentaires (justification de la note)</p>	
<p><u>Composition de la commission d'évaluation :</u></p> <p>Mme / M. Professeur(e)/formateur(trice) d'enseignement de spécialité</p> <p>Mme / M. Professionnel (le) Fonction Entreprise</p> <p>Ou Mme / M. Professeur(e) formateur(trice) d'enseignement de la spécialité</p>	

Compétences	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	3	4
Activité Professionnelle 3 – Conseil et vente au client					
Accueillir le client	L'accueil et la prise de contact sont adaptés au client et cohérents avec la politique commerciale. La finalisation de la prise en charge du client est conforme à la politique commerciale				
Découvrir, identifier et reformuler la demande du client	La communication est adaptée, si nécessaire, en fonction du handicap du client. La demande du client est identifiée				
Répondre à la demande du client, proposer les produits, conseiller et informer le client, conclure la vente	La présentation, les informations et les conseils personnalisés sont fiables et répondent aux attentes du client. Les prises de commande sont réalisées conformément aux demandes des clients.				
Mettre en œuvre des techniques de transformation, de finition, de conditionnement, d'emballage et de pesée des produits	Les techniques de transformation, de finition, de conditionnement, d'emballage et de pesée respectent les procédures de l'entreprise et honorent la demande du client.				
Proposer des ventes additionnelles et des services associés personnalisés	Des ventes additionnelles et des services associés sont proposés : ils sont adaptés et personnalisés				
Réaliser les opérations d'encaissement	Les opérations liées à l'encaissement respectent les procédures de l'entreprise.				
Activité Professionnelle 4 – Participation au développement de la relation client					
Participer à la mise en œuvre des animations commerciales	La participation à la mise en œuvre d'animations commerciales correspond aux consignes.				
Participer à la communication commerciale digitale	La contribution à la communication commerciale digitale est effective et respecte la réglementation et la politique commerciale de l'entreprise.				
Participer à la fidélisation de la clientèle	La participation à la fidélisation de la clientèle est mise en œuvre selon la politique commerciale				
Recevoir les réclamations et les transmettre au responsable	Les réclamations sont identifiées avec pertinence et transmises.				

1 : Non acquis 2 : En difficulté 3 : Acquis 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

Appréciation motivée obligatoire au verso

**Une grille de descripteurs sera communiquée parallèlement à la grille d'évaluation.
Les évaluateurs seront invités à justifier la notation par profil - Observations, commentaires sur la prestation du candidat**

Page 60 à 65

Étude de cas M. Gaillac

Page 66 à 73

Étude de cas Le Veau



Ces halles alimentaires, facilement accessibles à pied, font la part belle aux commerçants, artisans et producteurs de votre région possédant un savoir-faire, une spécialité, une reconnaissance ou tout simplement qui ont l'amour de leur métier.

Les produits proviennent de circuits courts, issus de l'agriculture raisonnée ou biologique, des produits traçables, locaux ou fermiers, et respectueux de l'environnement

Positionnées au cœur des centres de vie, faciles d'accès, elles possèdent un grand parking privé et gratuit réservé aux clients de 200 places.



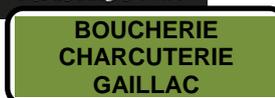
Source : <https://halles-terroir.fr/>



Les HALLES ALIMENTAIRES « TERROIR » associent :

- Une brasserie moderne « ARCHIBALD » avec une terrasse extérieure
- Un service de conciergerie
- Un espace de loisirs (garderie, Forum qui accueille régulièrement tout type d'évènements).

Son offre est complète pour s'adapter aux envies et au budget d'une clientèle variée.



BRASSERIE MODERNE



POISSONNERIE « LE CLAMS



Tâche : Organisation du poste de travail



Source : <https://www.embalo.fr/emballages-de-boucherie-charcuterie>

COMPÉTENCE

Mettre en service les matériels et préparer les fournitures de conditionnement

SAVOIRS ASSOCIÉS

Les locaux, les équipements et les matériels de l'espace de travail

Selon **les produits**, cette notion recouvre différentes acceptations :

- **Le conditionnement** : désigne l'enveloppe d'un lot de vente tel qu'il se présente sur le rayon d'un magasin. Il est la première enveloppe qui entoure le produit. Il est en contact direct avec le produit. Il est aussi appelé le packaging.
- **L'emballage** : est la deuxième enveloppe du produit, englobant le conditionnement. Il est destiné à envelopper ou contenir temporairement un produit ou un ensemble de produits permettant de les protéger ou de faciliter leur manutention, leur transport, leur stockage voire leur présentation.



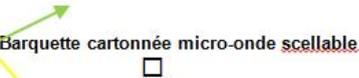
Quelle est la différence entre un conditionnement et un emballage ?

Situation professionnelle

« M. GAILLAC, responsable de la boucherie-charcuterie vous associe à la commande de fourniture de conditionnements et d'emballage dans le respect du développement durable. »

MISSION
1

« M. GAILLAC vous demande d'identifier à l'aide d'une flèche les fournitures et accessoires d'emballage et de conditionnement actuellement utilisés dans l'entreprise en fonction des produits commercialisés. Vous lui précisez à l'aide d'une croix ceux qui vous semblent respecter la notion de développement durable. »

Produits commercialisés		Conditionnements pouvant être utilisés	Emballage durable
 Crudités en saladier <input type="checkbox"/>		 Barquette aluminium <input type="checkbox"/>	
 Volaille rôtie <input type="checkbox"/>		 Papier paraffiné 1 face <input type="checkbox"/>	X
 Boudin noir <input type="checkbox"/>		 Sacs plastique pour mise sous vide <input type="checkbox"/>	
 Rôti de bœuf cru <input type="checkbox"/>		 Barquette cartonnée micro-onde scellable <input type="checkbox"/>	X
 Lasagnes <input type="checkbox"/>		 Sac papier à rôtisserie <input type="checkbox"/>	X

Depuis le 1er janvier 2021, la réglementation impose de nouvelles mesures pour les emballages alimentaires. Désormais, les contenants et emballages en plastique à usage unique sont interdits, sauf s'ils sont compostables et élaborés à partir de matières biosourcées.

Cette évolution réglementaire correspond aux préoccupations environnementales de nombreux consommateurs. Les clients de boucherie-charcuterie sont de plus en plus sensibles à la réduction des emballages et à l'utilisation de matières écoresponsables telles que le papier alimentaire et le carton.

Aujourd'hui, il existe des alternatives simples et accessibles au plastique non recyclable pour emballer les produits frais. De nombreux fabricants ont développé des emballages alimentaires en matériaux biosourcés comme le carton, le bambou, la bagasse (fibre issue de la canne à sucre) ou le palmier.

Source : <https://www.embalo.fr/emballages-de-boucherie-charcuterie>

MISSION
2

« Le fournisseur d'emballage de la boucherie est la société LA BOVIDA.
M. GAILLAC vous demande de lui proposer 4 conditionnements respectant la réglementation pour remplacer ceux que vous avez identifiés comme non renouvelables.
À l'aide du QR Code du catalogue, vous complétez le bon de commande de fournitures.

BON DE COMMANDE			
 LA BOVIDA Source : www.labovida.com/c/1629-emballages-alimentaires		<u>Bon de commande n°</u>	<u>Code client</u>
		F089567	BCT Gaillac
Code article	Désignation	Quantité	Prix HT

MISSION
3

M. GAILLAC vous précise que dans la boutique, se trouve du matériel spécifique qui lui sert à conditionner les produits à l'occasion de la vente. Il vous charge de retrouver dans la liste suivante les noms des matériels et d'y associer à l'aide d'une flèche, les fournitures nécessaires pour le conditionnement.

Machine à conditionner sous-vide – thermoscelleuse thermique – dévidoir à papier paraffiné – distributeur de film étirable

Matériels utilisés	Fournitures nécessaires
 Thermoscelleuse thermique	 Rouleau papier paraffiné
 Machine à conditionner sous-vide	 Film et barquette à thermosceller
 Dévidoir à papier paraffiné	 Film étirable
 Distributeur de film étirable	 Sac plastique pour mise sous-vide



1. Définir un conditionnement et un emballage

Conditionnement	Emballage
Le conditionnement est le premier contenant d'un produit servant pour sa vente au détail. Il est donc au contact direct avec le produit.	L'emballage est le contenant qui assure la sécurité du produit dans sa manutention, sa conservation, son stockage et son transport

2. Repérer les produits alimentaires pouvant être utilisés selon les conditionnements

Conditionnements utilisés	Produits pouvant être commercialisés
 Barquette aluminium	Plats cuisinés traiteur à réchauffer (gratin dauphinois, lasagnes...)
 Papier paraffiné	Produits carnés et produits de boucherie (bœuf, veau, agneau, équin, caprin, abats, porc, volaille), semi-élaborés et élaborés (rôtis, escalopes, cotes....) Produits de charcuterie crue ou cuite (jambon sec, jambon cuit, terrine...)
 Sacs plastique pour mise sous vide	Produits carnés et produits de boucherie (bœuf, veau, agneau, équin, caprin, abats, porc, volaille) semi-élaborés et élaborés (rôtis, escalopes, cotes....) Produits de charcuterie crue ou cuite (jambon sec, jambon cuit, terrine...)
 Barquette plastique micro-onde scellable	Produits carnés et produits de boucherie (bœuf, veau, agneau, équin, caprin, abats, porc, volaille), semi-élaborés et élaborés (émincées, viandes marinées, brochettes....) Traiteur (plats cuisinés, hors d'œuvre froids....)
 Sac papier à rôtisserie	Produits cuits à la rôtisserie (volailles, viandes, légumes)
 Boite pâtissière en carton	Traiteur (pâtisseries salées, petits fours cocktail...)

3. Appliquer la réglementation en matière de conditionnement et emballages

Règlementation depuis le 1er janvier 2021

La réglementation impose que les contenants et emballages en plastique à usage unique soient interdits, sauf s'ils sont compostables et élaborés à partir de matières biosourcées. Lors de la vente, les professionnels de boucherie-charcuterie essaient d'utiliser des conditionnements et emballages en matières écoresponsables telles que :

- le papier alimentaire
- le carton
- le bambou.

4. Appliquer les conseils d'utilisation des matériels de conditionnement

Matériels	Conseils d'utilisation
 <p>Thermoscelleuse thermique</p>	<p>S'assurer de la propreté de la machine Choisir une barquette adaptée au produit S'assurer que le film soit thermoscellé sur toute la surface (risque de fuites) Attention à la semelle chaude (risque de brûlure)</p>
 <p>Machine à conditionner sous- vide</p>	<p>Respecter les protocoles d'hygiène (mains et machine propres, sac non souillé...) Régler le vide en fonction du produit S'assurer que le vide est bien réalisé et la poche soudée sans plis</p>
 <p>Dévidoir à papier paraffiné</p>	<p>S'assurer que le papier est propre avant de le découper Attention aux coupures</p>
 <p>Distributeur de film étirable</p>	<p>Poser le dévidoir sur un poste de travail propre Apposer le film en le tendant sur le produit pour éviter qu'il soit au contact de l'air.</p>
Crédit photos – la Bovida	
	<p style="text-align: center;">RAPPEL Tous ces matériels doivent faire l'objet de nettoyages et de désinfection réguliers dans le respect des protocoles.</p>

5. Préparer les emballages pour la vente

Dénomination et matière		
 <p>Sac à bretelle en amidon ou en polyéthylène basse densité (PEBD)</p>	 <p>Sac cabas en papier</p>	 <p>Sac cabas en toile, coton naturel ou jute</p>
 <p>Sac réutilisable</p>	 <p>Cagette en carton</p>	 <p>Emballage du client</p>

Source : www.labovida.com

Pistes de travail

Portfolio élève :

Dans l'entreprise où je travaille :

- Quels sont les conditionnements et emballages utilisés et pour quels produits ?
- Quels sont les matériels adaptés au conditionnement et comment je les utilise ?
- Comment mon entreprise tend à prendre en compte la notion de développement durable en matière de conditionnement et d'emballage ?

Pour aller plus loin :

La question du contenant : la loi anti-gaspillage du 10 février 2020 clarifie les responsabilités et facilite la pratique de l'usage de contenants réutilisables

Face à cette évolution rapide des pratiques des clients et des enseignes, la loi anti-gaspillage du 10 février 2020 est venue clarifier et faciliter, dans le marbre de la loi, **l'usage de contenants réutilisables**.

Désormais, « tout consommateur final peut demander à être servi dans un contenant apporté par ses soins, dans la mesure où ce dernier est visiblement propre et adapté à la nature du produit acheté. Un affichage en magasin informe le consommateur final sur les règles de nettoyage et d'aptitude des contenants réutilisables. Dans ce cas, le consommateur est responsable de l'hygiène et de l'aptitude du contenant. Le commerçant peut refuser le service si le contenant proposé est manifestement sale ou inadapté »

Source : code de la consommation (article L. 120-2)

Source : <https://www.cgad.fr/app/uploads/2023/06/guide-transition-ecologique-CGAD-avril-2023.pdf>

Dans l'entreprise où je travaille :

- Quelle est la politique de l'entreprise par rapport à cette loi anti-gaspillage ?

Les documents commerciaux

Identifier les documents et supports relatifs aux commandes de produits et à leur réception.

Activités professionnelle : conseil et vente au client

Tâches : Participation à la communication commerciale et digitale

Réponse à la demande du client, proposition de produits, conseil et information au client



<https://www.interbev.fr/le-veau-facon-grand-mere-vous-risquez-dy-prendre-gout-la-nouvelle-campagne-de-communication-decalee-et-colorée-de-la-filiere-veau/>



COMPÉTENCES
 Appliquer les procédures de l'entreprise en matière de communication digitale
 Conseiller et informer le client
SAVOIRS ASSOCIÉS
 Les produits commercialisés
 La filière de l'élevage et des viandes
 Les conseils culinaires appliqués aux produits commercialisés

« Le Veau façon grand-mère, vous risquez d'y prendre goût » : la nouvelle campagne de communication décalée et colorée de la filière veau

Un communiqué de presse, présentant la nouvelle campagne avec 3 nouvelles recettes, a été envoyé aux médias.

En complément, la campagne sera relayée sur les réseaux sociaux

@bravoleveau.com



Situation professionnelle

« M. GAILLAC souhaite mettre en place la campagne promotionnelle nationale lancée sous l'égide d'INTERBEV intitulée « Le Veau façon grand-mère, vous risquez d'y prendre goût ». Il veut mettre en avant les veaux élevés sous la mère qu'il transforme et commercialise dans sa boucherie.

MISSION
1

« Afin d'informer sa clientèle sur le veau élevé sous la mère, M. GAILLAC vous demande de compléter la brochure suivante.

Vous vous aiderez des informations en lien avec le QR code du site <https://www.civo-vslm.fr/le-civo.html>



LE VEAU ÉLEVÉ SOUS LA MÈRE : Qu'est ce que c'est ?

Un jeune animal de boucherie

Nourri uniquement au lait

Il tète 2 fois par jour directement au pis de sa mère et de « tantes »

Abattu entre :

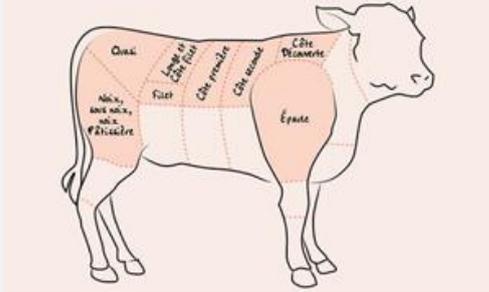
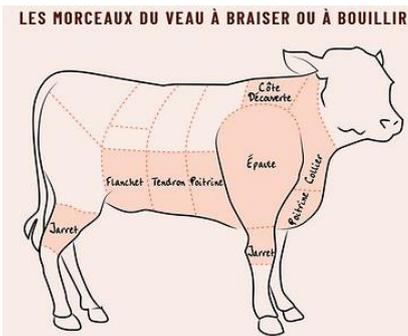
- 3 et 5,5 mois
- 85 kg et 170 kg de carcasse

Appellation	Bassin de production Sud-Ouest Régions	Races mâles	Signes et sigles officiels de qualité
Veau Sous La Mère (VSLM)		-Blonde d'Aquitaine	Label rouge
	- Nouvelle-Aquitaine - Occitanie	-Limousine	<p>Affichage sur le lieu de vente</p>

Source : <https://www.civo-vslm.fr/le-label-rouge-68.html>

« M.GAILLAC organise un jeu concours pour sa clientèle sur le thème des pièces et morceaux de détail du veau et de leur destination culinaire. Il vous associe à la mise en œuvre de cette opération commerciale.



<p>Nom : Prénom : Adresse : N° de téléphone : Email :</p>		<p>JEU CONCOURS Retrouvez les noms des pièces et morceaux de détails du veau présents dans notre boutique. Gagnez votre panier pour 4 personnes pour réaliser les fiches recettes proposées dans l'opération promotionnelle</p>		
<p>Sous-noix</p>  <p>Elle est parfaite pour des émincés à saisir rapidement. Bardée ou lardée et rôtie à la cocotte, elle gagne en saveur.</p>	<p>Côte découverte</p>  <p>Proche du collier, elle est moins large que les côtes seconde et première, et sa viande est un peu plus ferme. Elle est aussi bonne grillée que mijotée.</p>	<p>Longe</p>  <p>Parfaite pour un rôti déossé ou non, sa viande est très tendre. Entourée autour du rognon partiellement dégraissé, elle est appelée rognonnade.</p>		
<p>Côte seconde</p>  <p>Elle est légèrement entrelardée, sa noix de viande est moelleuse et son manche incurvé. Elle se fait griller ou poêler et rôtir lorsqu'elle est vendue avec les autres côtes, en carré.</p>	<p>LES MORCEAUX DU VEAU À GRILLER, À POÊLER OU À RÔTIR</p> 		<p>Noix</p>  <p>Le morceau à choisir pour une escalope bien large et très tendre, des pavés bien épais ou un beau rôti.</p>	
<p>Quasi</p>  <p>Moelleux et savoureux, c'est le morceau à rôtir par excellence, au four ou en cocotte.</p>			<p>Filet</p>  <p>Il offre une viande tendre et juteuse, à déguster en grenadins à poêler doucement ou tout simplement rôtir.</p>	
<p>Noix pâtissière</p>  <p>La choisir pour des escalopes plus petites. Elle fut longtemps réservée aux pâtisseries qui l'utilisaient dans les vol-au-vent et timbales, d'où son nom.</p>	<p>Côte filet</p>  <p>Elle est coupée dans la longe. C'est une côte bien large, sans manche. Juste un petit os central en forme de T.</p>	<p>Épaule</p>  <p>Elle se prête à de nombreuses préparations : rôtis, sautés rapides, mijotés mais aussi mélangée à d'autres morceaux dans la blanquette.</p>	<p>Côte première</p>  <p>Elle est bien charnue, avec une belle noix de viande tendre et un manche bien droit. À poêler doucement ou rôtir en carré.</p>	
<p>Tendron</p>  <p>Coupé de l'épaisseur d'une côte, il peut être braisé et même grillé, d'où son nom de côte parisienne. Ses os parfument les plats mijotés et leur donne du moelleux.</p>	<p>Jarret</p>  <p>Le morceau à mijoter par excellence. Il comporte un os riche en moelle qui donne du fondant et de l'onctuosité aux plats. Coupé en tranches épaisses, il est le pilier de l'osso buco.</p>	<p>Côte découverte</p>  <p>Proche du collier, elle est moins large que les côtes seconde et première, et sa viande est un peu plus ferme. Elle est aussi bonne mijotée que grillée.</p>		
<p>Poitrine</p>  <p>Moelleuse et savoureuse, elle peut être farcie et mijotée doucement ou encore cuite en pot-au-feu avec un jarret et des légumes.</p>	<p>LES MORCEAUX DU VEAU À BRAISER OU À BOUILLIR</p> 		<p>Collier</p>  <p>Moelleux et savoureux, donne du goût et du fondants aux sautés et mijotés ou à la blanquette</p>	
<p>Épaule</p>  <p>Elle se prête à de nombreuses préparations : mélangée à d'autres morceaux comme le flanchet ou le tendron dans la blanquette, rôtie en cocotte ou émincée et sautée en wok.</p>			<p>Flanchet</p>  <p>Moelleux et gélatineux, mélangé à d'autres morceaux comme le collier ou l'épaule, c'est le pilier de la blanquette.</p>	

MISSION 3

« La campagne promotionnelle commerciale comprend des fiches recettes spécifiques autour du veau. Vous proposez à M.GAILLAC de réaliser, pour chacune des fiches recettes suivantes, un document d'argumentaire de vente conseillant les morceaux adaptés.

<p>Fiche recette</p> <p>Source : https://bravoleveau.com/recettes/</p>				
Morceau de détail	Côte filet, première, seconde	Jarret	Collier, épaule	Noix, sous noix et noix pâtissière
Argumentation commerciale	La côte épaisse possède une belle noix de viande. En fonction de l'emplacement elle peut être entrelardée gage de moelleux	Sa chair mijotée devient tendre et moelleuse et l'os central apporte goût et saveur à ce plat.	Le collier apporte du goût à la blanquette de par sa situation anatomique, l'épaule donne une blanquette fondante et moelleuse	La noix permet d'avoir des escalopes bien larges et très tendres. La cuisson doit être menée rapidement et sans excès pour éviter de la dessécher.

MISSION 4

M.GAILLAC souhaite compléter ce document avec des conseils de cuisson et vous remet le document suivant. Vous vous appuyerez sur celui-ci pour compléter l'argumentaire de vente.

Document

LES CUISSONS

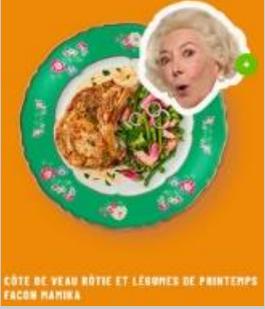
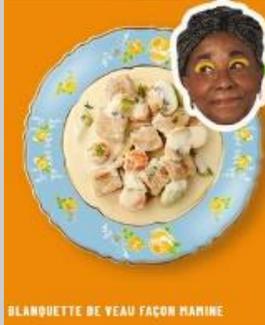
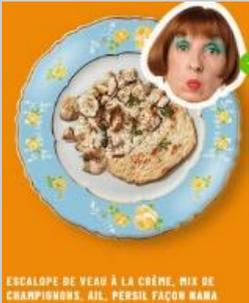
Les cuissons rapides s'appliquent aux viandes tendres, persillées souvent taillées en pièces peu épaisses. Les cuissons lentes s'appliquent à des morceaux pouvant être entiers ou taillés, plutôt riches en collagène et nécessitant une cuisson dans un milieu liquide. On classe les cuissons en 3 grands types

Cuisson avec brunissement (rapide)	Cuisson sans brunissement (lente)	Cuisson combinée (lente)
Provoque une coloration brune de l'aliment (ex : sauter, griller, rôtir)	Ne provoque pas de coloration brune des aliments et nécessite un liquide (ex : pocher, vapeur)	Allie les deux autres types de cuisson avec et sans brunissement et nécessite un liquide. (ex : ragout)

<p>Fiche recette</p> <p>Source : https://bravoleveau.com/recettes/</p>				
Cuisson rapide ou lente	Rapide <input checked="" type="checkbox"/> Lente <input type="checkbox"/>	Rapide <input type="checkbox"/> Lente <input checked="" type="checkbox"/>	Rapide <input type="checkbox"/> Lente <input checked="" type="checkbox"/>	Rapide <input checked="" type="checkbox"/> Lente <input type="checkbox"/>
Type de cuisson	Avec brunissement	Combinée	Sans brunissement	Avec brunissement

MISSION
5

L'établissement commercialise un assortiment de garnitures à base de légumes et de féculents. Cette campagne publicitaire est l'occasion de réaliser des ventes additionnelles et M.GAILLAC vous charge de proposer pour chaque recette de la campagne, deux garnitures adaptées.

Garnitures à base de légumes et féculents	Fiche recette Source : https://bravoleveau.com/recettes/	Proposition adaptée
 Pommes dauphines	 <small>CÔTE DE VEAU ROTIE ET LÉGUMES DE PRINTEMPS FAÇON MAMINA</small>	Ecrasée de pomme de terre
 Rizotto de blé	 <small>BŒUF BŒUF À LA TOMATE ET À LA SAUGE FAÇON MARE</small>	Pomme dauphines
 Écrasée de pomme de terre	 <small>BLANQUETTE DE VEAU FAÇON MAMINA</small>	Pommes de terre sautées
 Flan de courgette	 <small>ESCALOPE DE VEAU À LA CRÈME, MIX DE CHAMPIGNONS, AIL, PERSIL FAÇON NANA</small>	Tian provençal
 Riz pilaf	 <small>JARDINIÈRE DE LÉGUMES</small>	Rizotto de blé
 Tian de légumes à la provençale	 <small>ESCALOPE DE VEAU À LA CRÈME, MIX DE CHAMPIGNONS, AIL, PERSIL FAÇON NANA</small>	Ecrasée de pomme de terre
 Pommes de terre sautées	 <small>ESCALOPE DE VEAU À LA CRÈME, MIX DE CHAMPIGNONS, AIL, PERSIL FAÇON NANA</small>	Jardinière de légumes
 Jardinière de légumes	 <small>ESCALOPE DE VEAU À LA CRÈME, MIX DE CHAMPIGNONS, AIL, PERSIL FAÇON NANA</small>	Riz pilaf

La réglementation oblige à informer la clientèle de la présence de tout produit, ingrédient ou auxiliaire technologique provoquant des allergies car ces dernières peuvent être à l'origine d'un risque sérieux pour la santé.

M.GAILLAC vous demande de relever pour chaque fiche recette les allergènes présents en vous aidant du document ci-dessous.

Il existe 14 allergènes alimentaires majeurs à déclaration obligatoire (ADO).



Source : <https://hygiesolution.com/obligations-d-affichage-et-allergenes/>

Fiche recette Source : https://bravoleveau.com/recettes/	Ingrédients	Allergènes présents
<p>CÔTE DE VEAU RÔTIE ET LÉGUMES DE PRINTEMPS FAÇON MARINA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 200 g d'haricots verts ✓ 200 g de pois gourmands ✓ 200 g de petits pois frais (écosés) ✓ 1 brocoli ✓ 1 botte d'asperges vertes ✓ 1 botte de radis roses ✓ 2 filets d'huile d'olive ✓ 1 oignon rouge ✓ 2 noix de beurre ✓ 4 petites côtes de veau ✓ 2 échalotes ✓ 250 ml de vin blanc ✓ 2 tiges de persil plat 	<p>Lait Sulfites Arachide</p>
<p>BŒUF BŒUF À LA TOMATE ET À LA SAUCE FAÇON RARE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 tranches épaisses de jarret de veau ✓ 2 oignons jaunes ✓ 800 g de tomates concassées ✓ 20 tomates cerises ✓ 4 gousses d'ail ✓ 30 cl de fond de veau ✓ 8 feuilles de sauge ✓ 20 cl de vin blanc ✓ 30 g de pignons de pin ✓ 8 cl d'huile d'olive 	<p>Gluten Arachide Soja Sulfites Fruits à coque</p>
<p>BLANQUETTE DE VEAU FAÇON MARINA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 500 g d'épaule de veau ✓ 500 g de poitrine de veau ✓ 30 g de beurre ✓ 250 ml de vin blanc ✓ 3 clous de girofle ✓ 1 oignon ✓ 1 bouquet garni ✓ 6 carottes ✓ 4 blancs de poireau ✓ 2 tiges de céleri ✓ 10 champignons de Paris ✓ 2 c. à soupe de farine ✓ 1 jaune d'œuf ✓ 200 g de crème fraîche épaisse ✓ Le jus d'un citron jaune ✓ Sel & poivre 	<p>Gluten Lait Œuf Céleri Fruits à coque</p>
<p>ESCALOPE DE VEAU À LA CRÈME, MIX DE CHAMPIGNONS, AIL, PERSIL FAÇON NANA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 escalopes de veau fines ✓ 20 g de beurre ✓ 2 c. à soupe de crème fraîche ✓ 250 g de champignons de Paris ✓ 250 g de pleurotes ✓ 2 gousses d'ail ✓ Quelques brins de persil plat ✓ Sel ✓ Poivre du moulin 	<p>Lait</p>



6. Identifier les principaux produits des familles (produits carnés)
 7. Définir les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine

LE VEAU ÉLEVÉ SOUS LA MÈRE

Un jeune animal de boucherie

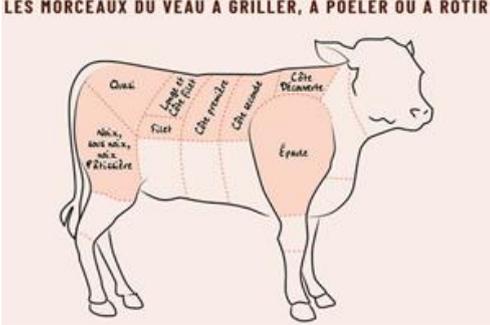
Abattu entre :
 • 3 et 5,5 mois
 • 85 kg et 170 kg de carcasse

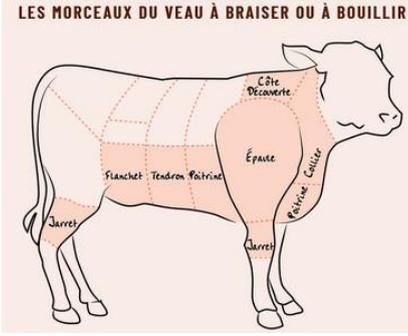
Nourri uniquement au lait

Il tète 2 fois par jour directement au pis de sa mère et de « tantes »

Appellation	Bassin de production Sud-Ouest	Races mâles	Signes et sigles officiels de qualité	
Veau Sous La Mère (VSLM)	Régions	- Blonde d'Aquitaine - Limousine	Label rouge	 Affichage sur le lieu de vente
	- Nouvelle-Aquitaine - Occitanie			

8. Nommer les pièces et morceaux de détail des différentes espèces carnées (veau)

<p>Sous-noix</p>  <p>Elle est parfaite pour des émincés à saisir rapidement. Bardée ou lardée et rôtie à la cocotte, elle gagne en saveur.</p>	<p>Côte découverte</p>  <p>Proche du collier, elle est moins large que les côtes seconde et première, et sa viande est un peu plus ferme. Elle est aussi bonne grillée que mijotée.</p>	<p>Longe</p>  <p>Parfaite pour un rôti déossé ou non, sa viande est très tendre. Entourée autour du rognon partiellement dégraissée, elle est appelée rognonnade.</p>	
<p>Côte seconde</p>  <p>Elle est légèrement entrelardée, sa noix de viande est moelleuse et son manche incurvé. Elle se fait griller ou poêler et rôtir lorsqu'elle est vendue avec les autres côtes, en carré.</p>	<p>LES MORCEAUX DU VEAU À GRILLER, À POÊLER OU À RÔTIR</p> 	<p>Noix</p>  <p>Le morceau à choisir pour une escalope bien large et très tendre, des pavés bien épais ou un beau rôti.</p>	
<p>Quasi</p>  <p>Moelleux et savoureux, c'est le morceau à rôtir par excellence, au four ou en cocotte.</p>		<p>Filet</p>  <p>Il offre une viande tendre et juteuse. À déguster en grenadins à poêler doucement ou tout simplement rôtir.</p>	
<p>Noix pâtissière</p>  <p>La choisir pour des escalopes plus petites. Elle fut longtemps réservée aux pâtisseries qui l'utilisaient dans les vol-au-vent et timbales, d'où son nom.</p>	<p>Côte filet</p>  <p>Elle est coupée dans la longe. C'est une côte bien large, sans manche, juste un petit os central en forme de T.</p>	<p>Épaule</p>  <p>Elle se prête à de nombreuses préparations : rôtis, sautés rapides, mijotés mais aussi mélangée à d'autres morceaux dans la blanquette.</p>	<p>Côte première</p>  <p>Elle est bien charnue, avec une belle noix de viande tendre et un manche bien droit. À poêler doucement ou rôtir en carré.</p>

<p>Tendron</p>  <p>Coupé de l'épaisseur d'une côte, il peut être braisé et même grillé, d'où son nom de côte parisienne. Ses os parfument les plats mijotés et leur donne du moelleux.</p>	<p>Jarret</p>  <p>Le morceau à mijoter par excellence. Il comporte un os riche en moelle qui donne du fondant et de l'onctuosité aux plats. Coupé en tranches épaisses, il est le pilier de l'osso buco.</p>	<p>Côte découverte</p>  <p>Proche du collier, elle est moins large que les côtes seconde et première, et sa viande est un peu plus ferme. Elle est aussi bonne mijotée que grillée.</p>
<p>Poitrine</p>  <p>Moelleuse et savoureuse, elle peut être farcie et mijotée doucement ou encore cuite en pot-au-feu avec un jarret et des légumes.</p>	<p>LES MORCEAUX DU VEAU À BRAISER OU À BOUILLIR</p> 	<p>Collier</p>  <p>Moelleux et savoureux, donne du goût et du fondants aux sautés et mijotés ou à la blanquette</p>
<p>Épaule</p>  <p>Elle se prête à de nombreuses préparations : mélangée à d'autres morceaux comme le flanchet ou le tendron dans la blanquette, rôtie en cocotte ou émincée et sautée en wok.</p>		<p>Flanchet</p>  <p>Moelleux et gélatineux, mélangé à d'autres morceaux comme le collier ou l'épaule, c'est le pilier de la blanquette.</p>

9. Caractériser les types et les modes de cuisson

Types de cuisson	Principaux modes de cuisson	Principales préparations culinaires
<p>Cuisson avec brunissement Provoque une coloration brune de l'aliment.</p>	<p>Rôtir : le produit est cuit dans un four ou une rôtissoire Sauter : le produit est cuit dans une poêle ou une sauteuse avec un corps gras et à découvert Griller : l'aliment est cuit sur un gril, un barbecue ou une plancha</p>	<p>Volailles entières, rosbeef, rôtis, gigot, côtes, steaks</p>
<p>Cuisson sans brunissement Ne provoque pas de coloration brune des aliments et s'effectue dans un liquide.</p>	<p>Pocher (départ à chaud ou à froid) : le produit est cuit dans un grand volume de liquide (eau ou matière grasse) avec ou sans garniture aromatique</p>	<p>Pot au feu, blanquette, fondue (huile), confit (graisse)</p>
<p>Cuisson combinée Allie les deux types de cuisson avec et sans brunissement et s'effectue avec un liquide.</p>	<p>Ragout ou braiser : l'aliment est d'abord saisi dans une matière grasse jusqu'à coloration puis cuit dans un liquide à couvert</p>	<p>Navarin, bourguignon, fricassée, couscous</p>

10. Identifier les mentions obligatoires et facultatives relatives aux allergènes figurant sur les étiquettes et/ou sur les espaces de vente, selon les produits commercialisés et selon le type de conditionnement

Définition d'un allergène	
<p>Un allergène est une substance qui déclenche une allergie, soit un ensemble de réactions du système immunitaire de l'organisme à la suite d'un contact, d'une ingestion, voire d'une inhalation.</p>	
<p>Règlementation sur les règles d'étiquetage Obligation de signaler par écrit la présence d'allergènes à déclaration obligatoire (ADO) contenus dans l'ensemble des produits commercialisés préemballés, non préemballés, fabriqués ou revendus.</p>	
<p>emballés</p> <p>Produits non pré-</p>	<p>Tous les produits commercialisés doivent être répertoriés sur un support qui peut être au choix (classeur, cahier, registre, tableau). Le support doit être :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visible : le client doit, dès son entrée, voir où elle se trouve - Accessible : le client n'a pas à demander - Compréhensible : le client doit pouvoir facilement faire le lien entre le produit et l'information, grâce à l'utilisation de la même dénomination, d'un numéro voire d'une photographie du produit.
<p>Produits préemballés</p>	<p>L'étiquette doit faire apparaître dans la liste des ingrédients, par ordre décroissant les allergènes à déclaration obligatoire par une référence claire au nom de l'allergène, en gras, soulignés ou dans une couleur différente.</p>
	<p>RAPPEL Ces écrits pourront être complétés par une information orale</p>

Pistes de travail

Je construis mon portfolio

Dans l'entreprise où je travaille :

- Je me construis mes propres fiches des morceaux de détails des autres produits carnés.
- Je décris comment la réglementation sur les allergènes est appliquée.
- J'explique comment je prends en compte la réglementation des allergènes lors d'une vente conseil.
- Je construis un argumentaire autour d'une recette de plat cuisiné à base de produit carné en tenant compte des techniques de cuisson, des ingrédients et des contraintes de la production.

Pour aller plus loin :
Tableau des allergènes

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances en boucherie

<https://bravoleveau.com/>
<https://www.interbev.fr/ressource/posters-de-decoupe-de-carcasses-de-boeuf-veau-agneau-cheval/>
<https://www.civo-vslm.fr/accueil.html>
<https://www.la-viande.fr/economie-metiers/economie/achats-viande-boucherie>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-veau/conseils-astuces-cuisiner-viande-veau>
<https://www.la-viande.fr/animal-elevage/famille-bovins-0>
<https://www.la-viande.fr/brochures>
<https://www.la-viande.fr/brochures/animal-elevage>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/signe-origines-qualite/signes-officiels-identification-qualite-origine>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-veau/beaux-jours-avec-veau>
<https://www.la-viande.fr/securite-sanitaire/tracabilite-viandes>
https://www.la-viande.fr/sites/default/files/article/telechargements/fichiers/best-of-des-recettes-chrono_0.pdf
https://interbev-cvl.normabev.fr/_medias/CVLO/documents/recueil-des-connaissances-sur-la-qualite-des-viandes-bovines.pdf

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances commercialisation

<https://bravoleveau.com/>
<https://www.naturellement-flexitariens.fr/>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/signe-origines-qualite/signes-officiels-identification-qualite-origine/label-rouge-gout-viandes>
<https://www.xlsoft.fr/17-idees-de-promotion-des-ventes/>
<https://www.mapa-assurances.fr/boucherie/communication-boucherie>
<https://www.francenum.gouv.fr/guides-et-conseils/strategie-numerique/plan-daction/commerçants-en-avant-vers-le-numerique-guide>
<https://www.inosys.re/blog/animation-pour-attirer-les-clients-reunion>
<https://www.mapa-assurances.fr/boucherie/decoration-boucherie>
<https://www.artisans-gourmands.fr/project/les-reseaux-sociaux-pourquoi-et-comment-les-utiliser/>
<https://www.display.be/PLV-color-blocking-merchandising-visuel.html>
<https://www.display.be/PLV-couleur-presentoir.html>
<https://blog.lesjeudis.com/le-pouvoir-couleurs-au-service-du-marketing>

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances sciences appliquées à l'hygiène et aux équipements – Nutrition santé

<https://www.la-viande.fr/nutrition-sante>
<https://www.la-viande.fr/nutrition-sante/place-viande-dans-votre-alimentation>
<https://www.la-viande.fr/nutrition-sante/valeurs-nutritionnelles-viandes>
<https://www.la-viande.fr/securite-sanitaire>
<https://www.la-viande.fr/securite-sanitaire/contrôles-sanitaires/consommateurs-qualite-sanitaire>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/qualites-organoleptiques-viande>
<https://www.la-viande.fr/cuisine-achat/cuisiner-viande/cuisiner-boeuf/conseils-astuces-cuisiner-viande-boeuf>
<https://www.boucherie-france.org/reglementation/quest-ce-que-le-plan-de-maitrise-sanitaire-pms/>
<https://octopus-haccp.com/plan-de-nettoyage-boucherie-charcuterie/>
<https://www.official-prevention.com/dossier/formation/fiches-metier/la-prevention-des-risques-professionnels-des-bouchers-et-charcutiers>
https://interbev-cvl.normabev.fr/_medias/CVLO/documents/recueil-des-connaissances-sur-la-qualite-des-viandes-bovines.pdf

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances techniques de vente et animation.

<https://www.artisans-gourmands.fr/project/les-techniques-pour-mieux-vendre/>
<https://www.artisans-gourmands.fr/project/la-consommation-de-viande-en-2022/>
<https://www.defineed.com/exemples-argumentaires-vente/>

<https://www.youtube.com/watch?v=iNln8II5wOY>
(divers sketches de vente en alimentation)

https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2016/05/Fiche__AFFAIRES-15-002_enseignant.pdf
(certains exercices en lien avec vidéos sketches de vente en alimentation)

http://sitededie.fontainepicard.com/mco/wp-content/uploads/sites/5/2019/09/fiche-outil_grille-dobservation-du-sketch-de-vente.pdf
<https://www.deltabut.com/documents/ANNEXE---fiche-prpa-vente.pdf>
<https://www.activecampaign.com/fr/blog/exemple-objection-de-vente>
https://formatoile2.u-bordeaux.fr/pluginfile.php/771199/mod_resource/content/1/PPT%20COMMUNICATION%20ENTRETIEN%20SEQ%203%202021.pdf
https://cours-info.iut-bm.univ-fcomte.fr/upload/supports/S1/Expression/communication_non_verbale_COURS_0d.pdf
https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2016/05/Fiche_AFFAIRES-15_001_enseignant.pdf
(questionnements sur les phases orales de la vente)

Ressources numériques complémentaires pour la préparation des séances gestion appliquée

<https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F22399> (taux de TVA en alimentation)

https://occitanie.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/National/FAL_commun/publications/Occitanie/Valorisation_Viande_Veau_2013.pdf

<https://www.la-viande.fr/economie-metiers/economie/chiffres-cles-viande-ovine/rendement-type-agneau>

<https://www.la-viande.fr/economie-metiers/economie/chiffres-cles-viande-bovine/rendement-type-vache-allaitante>

<https://www.web-agri.fr/vaches-allaitantes-pmtva/article/164740/du-boeuf-au-bifteck-quel-rendement-carcasse-race-par-race->

<https://rnm.franceagrimer.fr/prix?VEAU&12MOIS>

<https://rnm.franceagrimer.fr/prix?BOVINS&12MOIS>

<https://rnm.franceagrimer.fr/prix?AGNEAU&12MOIS>

<https://rnm.franceagrimer.fr/prix?PORC&12MOIS>