

Sujet zéro



Inspection de l'Enseignement Agricole

**Diplôme:**  
Baccalauréat Professionnel  
Spécialité : Technicien Conseil-vente en Alimentation

**Epreuve :**  
E5 – Choix techniques

## Définition de l'épreuve

(référence : Arrêté de diplôme et Note de service DGER 2010-2130 du 27 septembre 2010)

L'épreuve E5 valide la capacité C5 du référentiel de certification, elle est commune aux deux options de la spécialité « Technicien Conseil Vente en Alimentation » du baccalauréat professionnel.

**C5 : Conseiller le client sur les produits alimentaires et les vins et spiritueux**

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

Elle est affectée du coefficient 2.

La correction est effectuée par un enseignant de génie alimentaire et un enseignant de sciences économiques sociales et de gestion-gestion commerciale. L'évaluation est réalisée à partir d'une grille nationale critériée jointe aux indications de correction du sujet.

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

Le sujet comporte des questions mobilisant des références scientifiques, techniques et mercatiques. Il permet de vérifier l'aptitude du candidat à formuler une argumentation pertinente en s'appuyant sur la connaissance des produits et des concepts mercatiques.

## Précisions concernant l'épreuve

Le sujet permet de valider la capacité C5 en s'appuyant sur les sous-capacités définies.  
Il s'appuie sur des documents techniques et /ou économiques d'actualité, en nombre limité.

Les modules concernés par l'épreuve sont les modules MP1 et MP2. Ce sont des modules transversaux aux deux options. **L'épreuve n'est donc pas liée à l'option : les documents doivent permettre de valider la capacité quelle que soit l'option du candidat.**

L'épreuve peut amener le candidat à :

(MP1)

- expliquer comment la matière première, animale ou végétale est produite et est à l'origine des produits alimentaires, pris au sens large, incluant le vin et autres boissons.
- décrire et expliquer la composition et l'évolution des matières premières et des produits transformés
- identifier le ou les procédés de stabilisation principaux qui ont été appliqués au produit,
- expliquer l'objectif et le mode d'action de l'opération mise en oeuvre par rapport au produit concerné
- faire le lien entre transformation et conditions de conservation du produit obtenu
- expliquer le fonctionnement d'une installation adaptée aux objectifs de conservation du produit
- présenter les bonnes pratiques d'hygiène
- montrer comment le marché de l'alimentaire répond aux besoins des consommateurs
- discuter des évolutions sociétales en matière d'alimentation
- présenter les risques sanitaires

(MP2) :

- analyser un marché (amont et aval, offre et demande),
- interpréter des résultats d'étude
- identifier et analyser la politique mercatique d'un producteur ou d'un distributeur : mercatique stratégique, d'étude, opérationnelle
- faire des propositions de mercatique opérationnelle

### Forme du sujet, évaluation :

L'évaluation porte sur les champs disciplinaires des modules MP1 et MP2 ; la répartition des points entre les différentes disciplines évaluées sera liée à la thématique du sujet. Il est souhaitable que les 3 disciplines (biologie-écologie, génie alimentaire et sciences économiques sociales et de gestion-gestion commerciale) correspondant aux deux modules soient présentes mais sans identification de parties distinctes.

## Libellé du sujet

La marque Sojasun propose deux nouveaux produits: « Sojasun Pocket », et « Sojasun bifidus ». Le lancement de la gamme « Sojasun Pocket » est présenté dans le document 1.

1- Le document 2 présente la composition du « Sojasun Pocket » au chocolat.

1.1 Ce produit est à 79% composé de jus de soja.

Indiquer l'origine biologique de cet ingrédient.

1.2 La structure biologique impliquée est représentée sur les photographies de l'annexe 1.

Légèder chacune des photographies. (Annexe 1 à rendre avec la copie)

1.3 En dehors du lait de soja, deux autres ingrédients sont des glucides d'origine végétale.

Les citer et expliquer leur formation dans la plante.

2- Sojasun a inauguré une nouvelle communication pour sa gamme Pocket en janvier 2010.

En vous appuyant sur les indications du document 2, justifier l'ancien slogan : « Si c'est du soja, vous avez le droit » et le nouveau : « L'essentiel, c'est d'en manger ».

3- Le process de production du « Sojasun pocket chocolat » comprend les phases de réception des graines, décortication, réhydratation et stockage, broyage, solubilisation, séparation, clarification, inactivation, homogénéisation, refroidissement, mélange des ingrédients, stérilisation et remplissage aseptique, stockage.

Ce produit est destiné à un « usage nomade ».

3.1 Les deux premières opérations sont la « décortication » et « la réhydratation des graines » : les justifier en vous basant sur vos connaissances de la graine.

3.2 Expliquer le principe de la stérilisation.

3.3 Justifier cette opération pour ce produit.

3.4 Définir le « remplissage aseptique » utilisé pour le conditionnement et préciser ses intérêts.

4- Sojasun commercialise aussi un produit fermenté : « Sojasun bifidus citron ». Ses ingrédients sont : Jus de soja 88% (eau, graines de soja), sucre 10%, arôme, ferments sélectionnés dont Bifidus.

4.1 Indiquer le rôle des ferments.

4.2 Préciser les facteurs liés à la composition de ce produit qui sont nécessaires à leur action.

4.3 Citer un autre produit alimentaire de votre choix faisant appel à l'utilisation de ferments. Présenter pour ce produit les caractéristiques de la fermentation : objectifs, microorganismes concernés, substrats, produits obtenus, conditions de fermentation.

5- Sojasun préconise de présenter les deux produits « Sojasun pocket au chocolat » et « Sojasun bifidus citron » dans le rayon frais.

Discuter cette recommandation fournie par le fabricant.

6- Le site Internet « Sojasun.fr » présente des informations relatives à la culture du Soja (Document 3)



Indiquer en quoi cette culture répond à des problématiques de durabilité.

7-

7.1. A partir des documents 1 et 4 et de vos connaissances, analyser l'adéquation\* de Sojasun Pocket aux tendances d'évolution de la consommation alimentaire.

7.2. A l'aide du document 1, proposer une analyse du plan média de Sojasun.

7.3. Sojasun a prévu une opération de cross-coupons pour le lancement du Sojasun Pocket. Expliquer l'intérêt d'une telle opération de communication,

7.4. Proposer une analyse critique du sur-emballage de Sojasun Pocket.

8- Vous disposez des données suivantes portant sur le produit Sojasun Pocket Chocolat :

	1° Mars 2010	1° Juin 2010
DN (distribution numérique ou disponibilité numérique)	20	40
DV (distribution valeur ou disponibilité valeur)	50	45

(données fictives)

8.1. Définir la distribution valeur et la distribution numérique

8.2. Commenter les valeurs obtenues en mars 2010 et juin 2010

\* adéquation : adaptation

## Sojasun part en reconquête

**- 10 %** C'est le bilan affiché en 2008 et 2009 par le segment soja. Les causes sont multiples. La crise qui a durement touché l'ultra-frais, bien entendu. Mais aussi la moindre activité des marques. Après la troisième tentative avortée de Danone de s'installer sur le marché du soja avec Senja, disparu des rayons fin 2008, le segment a perdu en visibilité. D'autant que le leader Sojasun (80 % des volumes) a réduit sa communication et ses promotions en 2008 et 2009. Une période pendant laquelle Danone a justement investi massivement dans les prix sur ses marques santé. « Il y a eu beaucoup de changements dans les comportements des consommateurs », constate Gwenaëlle Le Garrec,

directrice marketing de Sojasun. *Nos fidèles sont devenus davantage sensibles à la promotion* ». Du coup, ils ont diversifié leurs achats vers les segments voisins. Sojasun attaque l'année 2010 avec davantage d'ambitions. Par l'innovation d'abord.

### Sain et pratique

Après avoir lancé deux nouveaux parfums fraise-menthe et mangue-passion fin 2009, la marque de Triballat-Noyal sort ce mois-ci une gamme en format 6 x 65 ml, baptisée Sojasun Pocket. Deux références existent : Plaisir vanille et Plaisir chocolat, déclinaisons des recettes vendues en pack de 4 pots. Sojasun, marque ciblant plutôt les adultes, vise les



► En lançant une gamme Pocket (6 x 65 ml), Sojasun entend développer l'usage nomade sur le segment soja.

mères de familles avec cette nouveauté voulue saine et pratique. Mais aussi les bambins. Les desserts de poche seront vendus au rayon frais mais ils ont l'avantage de se conserver en dehors du réfrigérateur.

Sojasun inaugure également une nouvelle communication ce mois-ci. Le slogan « Si c'est du soja, vous avez le droit » laisse la place à « L'essentiel, c'est d'en manger ». À partir du 20 janvier, les spots de pub passeront sur le petit écran.

### Cross-coupling

La marque déploiera simultanément cinq films sur ses différentes gammes (ultra-frais, traiteur, etc.),

dont un dédié à Pocket. Un dispositif complété par de la radio, de l'affichage sur les parkings des centres commerciaux et une vague d'animations en magasins. « Nous souhaitons nous rapprocher du point de vente », commente Gwenaëlle Le Garrec.

En promotion, Sojasun mise sur des opérations de cross-coupling entre ses produits ultra-frais et traiteur. Sponsor d'une équipe de premier plan, la signature sera également présente autour des courses cyclistes. Mais aussi dans les stations de sports d'hiver. Une stratégie plus musclée pour regagner des volumes. ♦

A. Monnier

**La marque déploiera simultanément cinq films sur ses différentes gammes, dont un dédié à Pocket.**



L'ESSENTIEL  
C'EST D'EN MANGER

## POCKET CHOCOLAT



### Les bienfaits Sojasun

- spécialité végétale
- source de protéines végétales
- riche en acides gras essentiels
- pauvre en matières grasses
- pauvre en graisses saturées
- naturellement sans lactose
- source de calcium
- sans colorant et sans gluten
- soja français non OGM

**Ingédients :** Jus de soja 79 % (eau, graines de soja 6%), sucre de canne, amidon de riz, poudre de cacao maigre, poudre de chocolat (1 %), sirop de blé, épaississants : carraghénanes, gomme de guar, sel

COMPOSITION NUTRITIONNELLE POUR 100 g		POUR UN POCKET DE 65 g
❖ Protéines	3.80 g	2.5 g
❖ Glucides	18.50 g	12.00 g
dont sucres	13.7 g	8.9 g
dont lactose	0 g	0 g
❖ Lipides	2.1 g	1.3 g
dont acides gras :		
▪ saturés	0.55 g	0.35 g
▪ monoinsaturés	0.55 g	0.35 g
▪ polyinsaturés	1.00 g	0.6 g
Cholestérol	0 mg	0 mg
Fibres alimentaires	1.30 g	0.8 g
Sodium	0.07 g	0.04 g
Valeur énergétique	465Kj (110 kcal)	302 Kj (72 Kcal)

## Document 3

### La culture du soja

**"Plante écologique"** par excellence, la culture du soja respecte parfaitement l'environnement.

- Sa capacité à prélever l'azote de l'air est un avantage très appréciable pour la protection de notre environnement, car, en économisant les apports d'engrais azotés, elle permet d'économiser de l'énergie fossile et de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

- Elle nécessite très peu d'engrais et de pesticide.

- Plante autogame (qui s'autoféconde), le soja évite ainsi les risques de pollinisations croisées, avec des OGM, par exemple.

- Sa culture bonifie le sol, protège la nappe phréatique et forme des substances nutritives permettant d'enrichir le sol pour la culture suivante.

- Elle a des exigences modérées en eau.

C'est une culture rustique très appréciée en Agriculture Biologique.

#### **Un aliment d'avenir**

Avec l'accroissement de la population mondiale et la prise de conscience écologique, il apparaît indispensable d'optimiser les ressources alimentaires.

Notons que pour produire 1 kg de protéines de soja, il faut 20 fois moins de surface de terre cultivée, 5 fois moins d'eau et 15 fois moins de Co2 que pour produire 1 kg de protéines de bœuf !

D'autre part, les produits au soja, riches en protéines végétales, permettent de réduire les apports excessifs en protéines animales dans notre alimentation et, par là, favorisent l'équilibre alimentaire.

<http://www.sojasun.com/de-la-graine-aux-produits-finis-culture-soja.html>

## Document 4

### Baromètre des perceptions alimentaires MAAP/CREDOC 2009

A la demande du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, en avril 2006, le premier baromètre des perceptions alimentaires et de la politique alimentaire est lancé. Ce baromètre a été renouvelé en juillet des années 2007, 2008 et 2009. Cette synthèse propose une analyse en perspective mettant en avant les principaux changements. Les quatre enquêtes ont été réalisées en face à face auprès d'un échantillon national de plus de 1 000 individus représentatifs de la population française.

[...]

En 2009 [...], quelques signaux de recherche de sens (consommation de produits durables, d'origine régionale, apportant du goût) se font jour et annoncent une évolution des représentations de l'alimentation.

[...]

### 2. Recherche de sens dans sa consommation alimentaire

L'année 2008 a été celle des changements du comportement du consommateur en raison de la forte poussée de l'inflation qui atteint 3,7% en juillet 2008. Durant cette période de fortes remises en cause de la société de consommation, des changements dans les attentes ont eu lieu, comme elles ont eu lieu au début des années 1990. La remise en cause de la société de consommation systématique en période de crise (1970, 1990) conduit le consommateur à refuser le plaisir immédiat de la consommation. Consommer est à la fois satisfaire un besoin et s'accorder un plaisir qui va au-delà du strict besoin. Après une année 2008 de restrictions, en 2009, le consommateur souhaite continuer de consommer, il a besoin de donner du sens à sa consommation, il plébiscite (1) les critères éthiques au sens large. Pour les Français, la

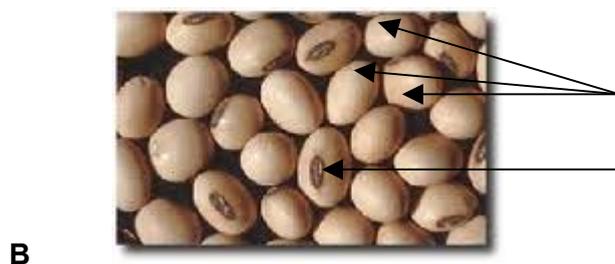
qualité des aliments, les garanties d'environnement et le bien être animal, et la proximité de la production progressent entre 2008 et 2009. Les consommateurs sont 4% de plus en 2009 à être prêts à payer plus cher si le produit a des garanties de respect d'environnement et de bien être animal, et 2% de plus pour des produits issus du commerce équitable. La nouvelle tendance de consommation émergente est celle de la réalisation de soi possible au travers d'une consommation défendant le développement durable.

### 3. Dimension économique en baisse, plaisir et santé en hausse

En 2009, les prix alimentaires baissent de 1,7% (de juillet 2009 par rapport à juillet 2008). La notion de survie, dans l'acte alimentaire reste prépondérante mais diminue : 40,8 % (contre 44,5% en 2008) des Français choisissent en premier la réponse : « L'alimentation est avant tout une nécessité » à la question « de laquelle des trois affirmations suivantes, vous sentez-vous le plus proche ? ». Dans un contexte plus satisfaisant en termes de prix, la dimension plaisir progresse de 1,9 point (38,1% en 2009 contre 36,2% en 2008). L'alimentation est une valeur refuge et le plaisir accessible surgit dès le début de l'année 2009 sur des marchés gourmands comme les crèmes desserts par exemple. Dans la définition de la qualité d'un produit alimentaire, le critère goût (apprécié lors d'un achat antérieur) progresse de 2,5 points (96,3% contre 93,8% pour les réponses beaucoup et assez à la question « Pour vous personnellement, chacun des critères suivants compte-t-il beaucoup, plutôt, pas vraiment ou pas du tout pour vous faire une idée sur la qualité d'un produit alimentaire ? »). La dimension santé augmente de 1,6 point (20,9% contre 19,3%).

[...]

Annexe 1 : (à compléter et à rendre avec la copie)



## Grille d'évaluation – Indications de correction

Capacités intermédiaires	Critères	Thèmes concernés par les critères	Indicateurs	Questions du sujet	Note
<b>C5 : Conseiller le client sur les produits alimentaires et les vins et spiritueux</b>					
<b>C5-1 : Présenter les caractéristiques scientifiques et technologiques des produits</b>	Identification de l'origine des matières premières des produits alimentaires à partir des organismes vivants	Organes et tissus animaux et végétaux Synthèse de la matière première	Précision et exactitude des connaissances liées aux organismes vivants Précision du vocabulaire scientifique	Q1-1 Q1-2 Q1-3	/ 4
	Présentation des procédés de transformation appliqués aux produits (préparation, conditionnement, conservation)	Procédés de stabilisation, conditionnement... Conditions de stockage Adaptation du fonctionnement des installations	Exactitude des définitions Précision du vocabulaire technologique Clarté des explications	Q4-3 Q3-2	/ 5
	Justification des opérations réalisées, en relation avec les caractéristiques et la composition des matières premières et/ou au regard du produit à commercialiser	Evolution physico-chimique et microbiologique des produits Chaîne du froid Bonnes pratiques d'hygiène	Exactitude du vocabulaire scientifique et technologique Pertinence de l'argumentaire (Mise en évidence des relations entre composition et traitement et/ou des relations entre traitement et stockage)	Q3-1 Q3-3 Q3-4	/ 3
				Q4-1 Q4-2	/ 3
Q5				/ 3	
<b>C5-2 : Adapter le conseil aux attentes du client en prenant en compte les évolutions sociétales</b>	Identification des évolutions sociétales et des problématiques en matière d'alimentation	Attentes des consommateurs Risques sanitaires Evolutions sociétales	Précision et clarté du vocabulaire lié au DD, attentes sociétales... Mise en évidence des éléments principaux	Q6	/ 3
	Analyse des réponses apportées par le produit aux attentes des consommateurs		Adaptation des arguments aux problématiques étudiées Cohérence et pertinence de l'argumentation	Q2	/ 2
<b>C5-3 : Prendre en compte la politique mercatique de l'entreprise</b>	Analyse du marché Analyse de la politique mercatique d'un distributeur ou d'un fabricant / Propositions de mercatique opérationnelle	Offre / demande adaptation d'un plan de marchéage au marché cohérence d'un plan de marchéage « 4 P »	Identification des principales tendances d'évolution du marché Interpréter des indicateurs Utilisation des concepts et outils mercatiques pour analyser une politique mercatique ou faire des propositions	Q7-1 Q7-2 Q7-3 Q7-4	/ 5 / 2 / 1 / 5
				Q8-1 Q8-2	/ 4
					/ 40
				<b>NOTE</b>	<b>/ 20</b>

Questions	Indications de correction
1.1	Origine végétale, graine
1.2	Gousse, graine / graines, hile ou cicatrice/ enveloppe ou tégument, cotylédon, germe ou radicule
1.3	Sucre de canne (ou saccharose), amidon de riz Résultat de la photosynthèse → glucose → stockage dans la plante, en particulier dans la graine (riz) ou tige (canne), sous forme de saccharose ou amidon
2	« Si c'est du soja, vous avez le droit » absence dans le produit de constituants pouvant provoquer des problèmes d'allergies (lactose, gluten) ; pas d'OGM (cf attentes du consommateur), pauvreté en matières grasses nocives (argument médical)...  « l'essentiel, c'est d'en manger » composition nutritionnelle favorable (protéines, lipides, calcium,...) tenir compte dans la réponse d'arguments plus orientés « mercatique »
3.1	Décortication : enlever le tégument (enveloppe) dur protecteur de la graine Graine déshydratée pour sa survie → besoin d'eau pour ramollissement (reprise du métabolisme)
3.2	Traitement thermique détruisant la flore totale.(formes végétatives et sporulées) ; température supérieure à 100°C Permet la conservation du produit fini à T° ambiante
3.3	Justification par la composition : eau, sucres,... ( développement de microorganismes) Utilisation nomade du produit : transport à température ambiante
3.4	Conditionner dans des conditions aseptiques (stérilité), traitement sur un temps court à très haute température Intérêt : éviter les recontaminations, préserver les qualités nutritionnelles
4.1	fermentation : modification de texture, arômes, acidification, modification des propriétés organoleptiques, conservation
4.2	eau, sucres fermentescibles
4.3	Exemple présenté : choix parmi yaourt, pain, vin, choucroute, fromage, saucisson... Adéquation entre produit, type de ferment, objectifs, substrat et produits obtenus.
5	Pour le produit fermenté : Aspect technique , besoin de respect de la chaîne du froid : Ralentir le développement des ferments et donc l'évolution du produit (acidification, texture...) Empêcher le développement d'une flore pathogène  Pour le produit pocket : Aspect commercial, image de produit frais, qualité, visibilité de la marque, habitudes des consommateurs devant des produits « laitiers » Inconvénient : assimilé à un produit frais alors que l'usage est nomade ...
6	Protection de l'environnement (un des 3 piliers du DD) Plante rustique peu exigeante → productivité importante Equilibre alimentaire des populations mondiales
7.1	- tendances de consommation prises en compte : demande de santé consommation individuelle et nomade, « praticité » qualité des aliments recherche de plaisir protection de l'environnement (mode de culture) - tendances de consommation non prises en compte : commerce équitable réduction des emballages
7.2	distinguer communication média / hors média

	justifier le choix des médias : média de masse : produit de masse + faire connaître innovation (stratégie de pénétration) complémentarité des médias TV, radio : stratégie pull, affichage sur parkings centres commerciaux : stratégie push.
7.3	Utiliser la notoriété de Sojasun en rayon frais pour amener les consommateurs vers rayon traiteur
7.4	- en positif : marque ombrelle clairement identifiée informations clairement visibles : conditionnement en berlingot X 6, nouveauté, parfum slogan plaisir en adéquation avec les attentes consommateurs - en négatif : cible enfants pas apparente : absence de slogan adapté, de mascotte, ou de personnage sous licence
8.1	Indicateurs fournis par les panels de distributeurs : DN : rapport du nombre de points de vente détenteurs du produit sur le nombre total des points de vente faisant partie du panel DV : rapport du CA réalisé par les points de vente détenteurs du produit sur le CA total de la famille de produits à laquelle appartient le produit
8.2	DN : 20% des points de vente détiennent le produit en mars 2010, 40 % en mars 2011, le référencement du produit a été multiplié par 2. DV : le produit est progressivement référencé dans plus de magasins, mais le poids total de ces magasins représente un CA moindre dans la famille de produits.