

**Diplôme : baccalauréat professionnel Technicien Conseil  
Vente Alimentation (produits alimentaires et boissons)**

**Thème : Guide d'évaluation baccalauréat professionnel  
TCV Alimentation**

## Introduction

En septembre 2022, le baccalauréat professionnel Technicien Conseil Vente en Alimentation qui comprenait deux options, produits alimentaires et vins et spiritueux a été rénové pour devenir le baccalauréat professionnel Technicien Conseil Vente Alimentation (produits alimentaires et boissons) qui réunit les deux options. Cette fusion des options a été voulue pour permettre une orientation progressive des jeunes vers l'un ou l'autre des secteurs, tout en leur proposant un diplôme qui leur offre des possibilités d'insertion professionnelle au niveau IV. Cette rénovation est aussi l'occasion d'accentuer et d'approfondir la dimension capacitaire de cette formation.

Les évaluations proposées intègrent ces deux évolutions en permettant :

- aux apprenants de disposer d'une formation qui englobe les produits alimentaires frais, leur permettant une insertion professionnelle post bac tout en construisant une spécialisation dans l'un ou l'autre des secteurs en fonction de leur projet professionnel ;
- aux équipes pédagogiques de s'appuyer sur un alignement pédagogique accentué entre capacités évaluées et modules de formation pour les ECCF de l'épreuve E7, pour construire la formation ;
- aux évaluateurs de placer les apprenants dans des situations d'évaluation les plus proches possibles des situations professionnelles qu'ils rencontreront dans leur emploi futur.

L'ensemble des informations concernant cette rénovation, notamment les documents produits lors des sessions d'accompagnement, figurent sur le site chlorofil.

<https://chlorofil.fr/diplomes/secondaire/bac-pro/1re-tle/tcv-alim/tcvalim2020>

Ce guide a pour objet de préciser et expliciter certains éléments qui ont suscité des questionnements pendant et à l'issue des sessions d'accompagnement.

**Les instructions relatives au cadrage des épreuves professionnelles du baccalauréat professionnel, technicien conseil vente alimentation (produits alimentaires et boissons) à compter de la session d'examen 2023 sont fournies par la note de service DGER/SDPFE/2020-659 du 28/10/2020.**

### Iconographie utilisée



**Explication de termes**

**Approfondissements**



**Points de vigilance**



**NB: Les termes **en bleus et surlignés** font l'objet d'un commentaire ou d'une explication**

## Epreuve 6 : expérience en milieu professionnel

L'épreuve E6 s'appuie sur la formation en milieu professionnel : la fiche argumentaire correspondante peut être utilement consultée :

[https://chlorofil.fr/fileadmin/user\\_upload/02-diplomes/referentiels/secondaire/bacpro/tcv-alimentation/bacpro-tcv-alim-focus-stage2021.pdf](https://chlorofil.fr/fileadmin/user_upload/02-diplomes/referentiels/secondaire/bacpro/tcv-alimentation/bacpro-tcv-alim-focus-stage2021.pdf)

Pour présenter cette épreuve, les éléments de la note de service seront utilisés et précisés à la lumière des observations réalisées lors des sessions institutionnelles de lancement.

### L'épreuve E6 valide la capacité C6 « Répondre aux attentes de la politique commerciale du point de vente ».

Deux capacités intermédiaires sont évaluées dans cette épreuve :

- **C6.1 « Réguler son activité par des échanges avec la hiérarchie »**
- **C6.2 « Rendre compte d'observations susceptibles d'avoir une influence sur la politique commerciale ».**

Cette épreuve vérifie que le candidat est capable :

- d'identifier les éléments de l'environnement qui influencent l'activité commerciale du rayon,
- d'analyser une situation professionnelle en mobilisant des approches qualitatives et quantitatives,
- de démontrer sa capacité à agir et être force de proposition auprès de son responsable.

Le candidat mobilise les acquis dans l'ensemble des modules professionnels et notamment les références acquises dans le module MP1.

### Production du candidat

Le candidat produit un document écrit individuel de 20 pages maximum portant sur deux situations professionnelles en relation avec la capacité évaluée. Ce document comprend au moins 15 pages de textes (figures et schémas inclus) et peut comprendre, au maximum, 5 pages d'annexes. Il s'appuie sur les **expériences vécues**\* lors des périodes de formation en milieu professionnel.



#### \*Expériences vécues

Le candidat doit avoir participé ou avoir été impliqué dans la situation décrite, sans obligatoirement en avoir la totale responsabilité.

Le document écrit comprend :

- Une présentation synthétique de l'entreprise support de la période de formation en milieu professionnel (PFMP) : cette présentation doit se centrer sur les éléments influençant directement l'activité commerciale du point de vente : étude de la zone de chalandise,

principes de fonctionnement de l'enseigne notamment en termes de gestion du personnel et de politique commerciale et d'approvisionnement (en lien avec les situations commerciales singulières choisies).

- Une présentation de deux **situations commerciales singulières\*** relatives à l'organisation du rayon ou à l'atteinte des objectifs fixés par la structure. Le candidat présente deux situations portant indifféremment sur les produits alimentaires ou les vins et spiritueux du baccalauréat professionnel TCV alimentation. Un candidat peut présenter soit deux situations dans le même univers (produits alimentaires ou vins et spiritueux), soit une situation dans chacun d'entre eux.

Ces deux situations doivent permettre au jury d'évaluer l'ensemble des critères de la grille. Le choix des situations doit permettre au candidat de faire état des compétences professionnelles attendues.



**\*Une Situation Commerciale Singulière (SCS) est définie ainsi :**

- **Commerciale** : c'est-à-dire en lien avec la capacité à évaluer, il s'agit d'une situation qui a un impact commercial.
- **Singulière** : il ne s'agit pas de traiter un thème « la gestion des stocks », mais de rapporter un vécu singulier spécifique à l'entreprise support qui mérite d'être rapporté.

Ainsi la situation singulière décrite peut mobiliser plusieurs capacités, relever de plusieurs champs de compétence. A titre d'exemple, la mévente d'un produit peut dépendre d'une mauvaise qualité, d'une implantation inadaptée, d'une force de vente inefficace... Elle peut ainsi se rattacher à plusieurs Situations Professionnelles Significatives.

Pour chaque situation, **la restitution orale par le candidat prend la forme d'un « rapport » tel qu'il pourrait être présenté à son responsable comprenant :**

- une identification précise de la singularité de la situation rencontrée,
- une description des différentes démarches pour conduire à bien cette activité,
- une identification des facteurs de fragilité,
- des propositions d'amélioration.



Il ne s'agit pas pour le candidat de « rejouer » la situation mais de se replacer dans ladite situation. Le candidat présente la situation à son responsable, il ne commence donc pas par une présentation du point de vente et de son environnement, mais il y fait référence dans son argumentation par exemple.

La partie analytique de ce rapport doit s'appuyer sur des données **qualitatives et quantitatives**.



Certaines situations permettent essentiellement des observations qualitatives, d'autres quantitatives, parfois les deux. Les deux situations présentées doivent permettre d'utiliser, *a minima*, en complément l'une de l'autre, les deux types de données.

Si l'analyse s'appuie naturellement sur les observations réalisées dans l'entreprise support, elle **intègre tous les éléments qui ont pu être mobilisés par le candidat** pour nourrir sa réflexion : stage dans d'autres structures, visites d'entreprise, bibliographie.



Les deux situations ont été obligatoirement vécues dans l'entreprise support du stage principal. Cependant le candidat peut s'appuyer sur d'autres expériences professionnelles pour les transposer à ce contexte.

Par exemple, un apprenant qui a fait son stage principal au rayon fromages d'une grande surface alimentaire peut faire appel à une expérience vécue chez un fromager pour faire des propositions d'amélioration.

## Déroulement de l'épreuve

L'épreuve E6 est une épreuve ponctuelle terminale orale s'appuyant sur un document écrit produit par le candidat. La durée totale de l'épreuve est de 25 minutes (dont 10 minutes de présentation par le candidat et 15 minutes d'entretien avec les examinateurs).

Elle est identique pour les candidats en CCF ou hors CCF.

Elle est affectée du coefficient 3.

L'évaluation est réalisée à partir d'une grille nationale critériée (une version commentée de cette grille figure en annexe 1), par :

- Un enseignant de SESG-GC,
- Un enseignant de **STP (Génie Alimentaire ou Viticulture Œnologie)**,\*
- Un professionnel du secteur. \*\*

### STP : Sciences et Techniques Professionnelles



Du fait de la double entrée de ce baccalauréat professionnel produits alimentaires et vins et spiritueux et de l'autonomie laissée aux établissements dans les choix de répartition horaires entre ces deux secteurs, l'acronyme STP a été utilisé pour désigner la connaissance du produit qui peut être conduite par un enseignant de génie alimentaire ou de viticulture œnologie.

Lors de l'évaluation, il a été choisi compte tenu du format de l'épreuve, qu'un enseignant de STP fasse partie du jury, indifféremment génie alimentaire ou viticulture œnologie. Les capacités à évaluer sont transversales mais il est souhaitable que chacun s'acculture *a minima* aux différents produits. L'expertise produit en tant que telle est évaluée lors de l'épreuve E7.

\* La forme rénovée du diplôme n'a pas retenu la distinction des deux supports de la commercialisation. Les situations professionnelles présentées par le candidat dans le document écrit comme l'entreprise support peuvent donc relever indistinctement des deux champs (produits alimentaires ou boissons).

Le candidat n'a donc pas vocation à choisir la thématique (produits alimentaires ou boissons) sur laquelle portera le document écrit et la prestation orale au moment de son inscription.

De ce fait, l'épreuve E6 reposant sur des capacités transversales aux supports produits, l'enseignant sollicité pour le passage de l'oral pourra être indifféremment un enseignant de sciences et technologie spécialisé en génie alimentaire ou en viticulture-œnologie.

\*\* L'absence du professionnel ne peut rendre opposable la validité de l'épreuve

Les examinateurs apprécient l'atteinte des capacités intermédiaires au regard du document écrit et de la prestation orale.

Le document est remis par le candidat en 3 exemplaires en amont de l'épreuve selon les modalités définies par l'autorité académique pour transmission préalable aux examinateurs. La date de remise du document, définie nationalement, est précisée au candidat par l'autorité académique. Tout candidat qui n'aura pas transmis son document selon les modalités définies par l'autorité académique ne sera pas autorisé à présenter l'épreuve E6. Le candidat sera **alors considéré comme « absent »** à l'épreuve.



Il ne pourra donc pas valider son diplôme !

La soutenance orale de 25 minutes maximum se déroule en deux temps :

- 10 minutes maximum de présentation par le candidat **d'une** des situations choisies par le candidat.
- 15 minutes d'entretien avec le jury prenant appui sur la présentation orale et sur **l'ensemble des éléments du document écrit**. L'intégralité des critères de la grille d'évaluation doit être évaluée.



Si la situation présentée ne permet pas d'apprécier l'atteinte de tous les critères, ou pour affiner son analyse, le jury peut amener le candidat à explorer d'autres parties du document écrit pour valider l'ensemble des critères.

S'il le souhaite, le candidat peut disposer d'un exemplaire de son dossier qu'il aura apporté le jour de l'épreuve et de **notes personnelles** manuscrites ou dactylographiées pendant le déroulement de l'épreuve.

Le document écrit n'a pas vocation à être lu durant la phase de présentation, il peut par contre être utile dans l'échange avec le jury qui suit la présentation, pour préciser certains aspects.



Il ne s'agit pas pour le candidat de lire un texte ou des notes, mais de pouvoir se rassurer en les ayant à sa disposition, en cas de « trou » par exemple.

**Un jury ne peut pas confisquer ses notes à un candidat.**

Pour la présentation orale, il peut utiliser des éléments visuels **(notamment un support numérique)** en appui de son exposé, pertinents et en nombre limité. La présentation ne doit pas se limiter à une lecture d'un support préparé à l'avance.



De la même façon, il ne s'agit pas pour le candidat de lire un diaporama évalué en termes de qualité formelle, mais de pouvoir utiliser des éléments visuels qui lui permettent d'argumenter et d'illustrer son propos.

Ainsi pour présenter la situation commerciale singulière choisie, des photos, plans, schémas, éléments chiffrés peuvent être pertinents et nécessitent un support adapté.

**ANNEXE 1 : GRILLE D'ÉVALUATION DE L'ÉPREUVE PONCTUELLE TERMINALE « E6 » DU BACCALAUREAT PROFESSIONNEL  
« TECHNICIEN CONSEIL VENTE « Alimentation, Produits alimentaires et Boissons »**

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

- C6.1 Réguler son activité par des échanges avec la hiérarchie
- C6.2 Rendre compte d'observations susceptibles d'avoir une influence sur la politique commerciale

**Session :** \_\_\_\_\_ **Nom :** \_\_\_\_\_ **Prénom :** \_\_\_\_\_ **N° de jury :** \_\_\_\_\_

| Critères   | Indicateurs   | Commentaire   | Note      |
|--|---|---|-----------|
| Caractérisation d'une situation commerciale singulière | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification de la situation</li> <li>- Pertinence du choix au regard de l'environnement commercial du point de vente</li> <li>- Pertinence du choix au regard de l'organisation interne du point de vente</li> <li>- Pertinence de choix au regard de la stratégie de l'enseigne</li> </ul> | <p>Un technicien conseil gère au quotidien de nombreuses situations en autonomie. Les situations présentées dans le cadre de l'épreuve sont celles qui sont susceptibles d'être rapportées au chef de rayon et qui présentent donc un intérêt singulier.</p> <p>On ne présente pas à son supérieur la procédure de mise en rayon par exemple (il la connaît), mais un point particulier positif ou négatif qui impacte celle-ci et mérite donc une discussion.</p>  | 3         |
| Rapport pertinent d'information                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Repérage des éléments clés de la conduite des opérations commerciales liées à l'activité</li> <li>- Prise en compte de l'environnement commercial (politique de l'enseigne, clientèle du point de vente, contexte concurrentiel, contexte juridique)</li> </ul>                                | <p>La compétence d'un employé commercial ne s'apprécie pas qu'au travers de la qualité du diagnostic. Celui-ci s'appuie sur la maîtrise des processus commerciaux mis en œuvre dans la situation présentée.</p> <p>Il est attendu du candidat qu'il atteste de sa compétence dans la conduite de ces processus.</p>   | 8         |
| Analyse qualitative et quantitative de la situation    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation d'éléments d'analyse de la rentabilité de l'opération</li> <li>- Présentation d'un bilan qualitatif organisationnel, commercial et technique</li> </ul>   | <p>Dans l'une au moins des situations présentées, il est attendu du candidat qu'il présente des éléments quantitatifs liés à cette situation.</p> <p>Ces éléments peuvent être liés au chiffre d'affaires, à la marge dégagée, à la démarque, à des charges ou des produits ...</p> <p>Il n'est pas recherché l'exhaustivité mais l'utilité de l'information pour l'analyse de la situation.</p>  | 3         |
| Proposition d'évolutions au responsable                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise en compte du contexte interne/externe</li> <li>- Mise en perspective au regard d'informations externes</li> <li>- Formulation de propositions</li> </ul>   | <p>Sur la base de la connaissance des processus commerciaux mis en œuvre et des éléments d'analyse présentés, le candidat fait des propositions telles qu'il pourrait les faire à son responsable dans l'exercice de sa fonction.</p> <p>Pour cela il mobilise les observations dans l'entreprise support de stage principal, mais également toutes les informations et compétences acquises au cours de sa formation (notamment lors des autres périodes de stage et des visites en entreprise).</p> <p>Il n'est pas attendu une planification organisée de la proposition mais l'apport d'une ou plusieurs « idées » pertinentes qui pourront être discutées avec le responsable.</p> | 3         |
| Mise en œuvre d'une communication adaptée              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respect des procédures de communication commerciale</li> <li>- Pertinence et précision de l'information présentée</li> <li>- Usage adapté des supports à l'argumentation.</li> </ul>   | <p>Il ne s'agit bien évidemment pas d'évaluer la tenue vestimentaire du candidat ou la qualité esthétique des supports fournis.</p> <p>Cependant le candidat devra respecter une attitude compatible à l'exercice de fonctions commerciales tant dans la forme que dans le fond.</p>  | 3         |
| <b>Notes en points entiers</b>                         |   |   | <b>20</b> |

**Appréciation générale**

## Cadre et préconisations pour l'épreuve E7 à destination des candidats bénéficiant du dispositif CCF

La note de service DGER//SDPFE/2020-65928/10/2020 précise les modalités de mise en œuvre des évaluations de l'épreuve E7, pratiques professionnelles, qui valide les capacités C7 à C10 :

- **C7- Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier**
- **C8- Assurer la gestion d'un rayon de produits alimentaires**
- **C9- Animer un espace de vente de produits alimentaires**
- **C10- S'adapter à des enjeux professionnels particuliers**

L'épreuve comporte 5 évaluations certificatives. Elle est affectée du coefficient 5.

Les enseignants de SESG gestion commerciale, de STP et de biologie-écologie sont en charge des évaluations certificatives en cours de formation constituant l'épreuve E7.

### Points de repère pour l'ECCF 1, l'entretien de vente

#### Cette ECCF permet de valider la capacité : C7 « Répondre aux attentes spécifiques d'un client particulier »

**Situation professionnelle** : Le **vendeur** est mis en situation de conseil face à un client et réalise la vente jusqu'à la facturation. La situation concerne 2 capacités intermédiaires :

- **C7.1- Conseiller un client**
- **C7.2- Réaliser une vente**



#### Caractéristiques de la vente pour un employé commercial

Lieu de vente : essentiellement le **magasin mais pas exclusivement**, foires et salons, marché de plein air, vente à domicile, ...

Clientèle : **particuliers**

Méthode de vente : **traditionnelle ou libre-service assisté**, mais le vendeur intègre la dimension cross canal dans sa démarche commerciale.

Dans cette situation professionnelle, le vendeur est un expert du produit, c'est ce qui caractérise l'emploi de technicien vendeur. Il maîtrise :

- la gamme offerte,
- les conditions tarifaires,
- les méthodes de fidélisation (y compris cross canal) et le SAV.

#### Qu'attend-on de ce vendeur (attendus de l'ECCF) ?

Qu'il soit en capacité de :

- cerner la demande du client par un questionnement approprié (démarche de diagnostic),
- formuler une réponse adaptée prenant en compte la dimension écocitoyenne,
- réaliser la vente jusqu'à la facturation.

## La mise en œuvre de l'ECCF 1

### 1. Le contexte

Dans son activité professionnelle, le conseiller vendeur ne découvre pas les produits au moment de la réception des clients et il est affecté dans **un rayon dont il est spécialiste**, même s'il peut suppléer un vendeur d'un autre rayon en cas d'absence de celui-ci. Dans certains petits points de vente, il peut proposer l'intégralité de l'offre du magasin mais qui dans ce cas est peu profonde.

1 mois avant l'ECCF, le candidat choisit le rayon support de l'épreuve, en cohérence avec la progression pédagogique proposée par l'équipe enseignante, et en informe les examinateurs.



*Il est préférable que le choix de l'apprenant se fasse en lien avec des situations déjà vécues (PFMP, mini-stage, magasin d'application, visites...).*

Le candidat est mis en situation professionnelle de conseil (capacité C7.1) et de vente (capacité C7.2), face à un client dont le rôle est tenu par un **des enseignants** responsables de l'ECCF.



#### Pourquoi un enseignant pour tenir le rôle du client ?

Dans les situations de vente réelle, le comportement du client peut influencer de façon hétérogène le déroulement de la vente, et donc perturber l'homogénéité de l'évaluation.

*Si un des enseignants responsables de l'épreuve peut tenir le rôle du client, cela n'exclut pas de faire appel à d'autres intervenants : responsables de points de vente, professionnels, autres enseignants impliqués, à condition de maintenir une homogénéité de situations d'évaluation.*

### 2. Les consignes fournies au candidat

- Le candidat doit maîtriser l'offre commerciale qu'il devra promouvoir.
- Certains objectifs particuliers peuvent lui être assignés : favoriser une gamme, une offre spéciale, développer les ventes complémentaires, ... Il faudra dans ce cas veiller à ce que cela soit compatible avec les attentes du client et que cela ne devienne pas un facteur bloquant de la vente.
- Par définition, le vendeur ne connaît pas les **attentes du client** et il lui appartient de les découvrir. Quelques caractéristiques peuvent être fournies en termes de fidélité du client ou d'attentes spécifiques liées à la nature du point de vente (clientèle touristique par exemple).



#### Rôle attribué aux clients

L'objectif étant d'évaluer l'ensemble des critères de la grille, il ne s'agit pas d'évincer un candidat qui aurait mal identifié le besoin. La personne jouant le rôle du client pourra dans ce sens être facilitatrice pour éviter un blocage définitif de l'entretien.

#### Le rôle des clients peut prendre en compte :

- des spécifications de produits
- des occasions de consommation
- un budget
- des profils psychologiques de clients (fidélité, typologie SONCASE, ...).

Le rôle ne doit pas être enfermant pour l'évaluateur mais fournir un support pour l'entretien de vente.

### 3. Critères d'évaluation

Les critères d'évaluation sont prescrits par le référentiel.

| C7. Répondre aux attentes d'un client particulier   |  |
|---|--|
| C7.1 Conseiller un client   | C7.2 Réaliser une vente  |
| <b>Diagnostic du besoin du client</b><br><b>Formulation d'un conseil adapté aux besoins du client</b> | Adaptation des techniques de vente à la situation<br>Maîtrise de l'argumentation produit<br><b>Maîtrise des éléments financiers liés à la vente.</b> |



Il a été retenu d'évaluer **la compétence en facturation** attendue par les professionnels dans cette situation d'évaluation, il convient donc de lui accorder une place significative.

Le vendeur conseil devant être à même de suppléer son responsable en cas d'absence de celui-ci, il doit maîtriser : le rendu monnaie, l'application des conditions tarifaires (rabais, remise, ristourne, escompte, frais de port, ...), mais aussi la réalisation d'un avoir ou l'application des conditions d'après-vente.

Comme cela peut être nécessaire dans certaines situations, même si pour les particuliers cela reste moins important, la maîtrise du calcul de la TVA est attendue.

### Question complémentaire

**L'entretien de vente doit-il porter sur l'intégralité de la vente ou seulement sur certaines phases ?**

Pour respecter l'intégralité des critères, par exemple la facturation, c'est indispensable.

### Points de repère pour l'ECCF 2 le merchandising

**Cette ECCF permet de valider la capacité intermédiaire C8.1 : Gérer le rayon et son approvisionnement.**

Dans la **situation professionnelle**, l'employé commercial qualifié fait partie d'une équipe encadrée par un responsable qui peut comprendre des employés à temps plein et des employés à temps partiel. Il est **acteur dans un point de vente ou un rayon** et son responsable lui communique des informations pour piloter son activité (évolution des ventes, démarque, ...).

Le



**merchandising pour un employé commercial qualifié (baccalauréat professionnel)**

Il recouvre le merchandising de **gestion** (enregistrements, utilisation de données) et le merchandising de **séduction** (aménagement de l'espace de vente).

C'est une activité centrale de l'activité de l'employé commercial en magasin. En tant qu'ouvrier qualifié, il dispose d'une autonomie dans le secteur dont il a la charge. Il est l'interface terrain du chef de rayon pour la mise en place du merchandising. Il se distingue de l'employé commercial non qualifié (niveau III), dont les missions se cantonnent à de l'exécution de tâches (maintien du rayon en état marchand)..

## Mise en œuvre de l'ECCF 2

L'ECCF évalue les deux dimensions du merchandising (séduction et gestion) et pour se faire comprendre deux parties : une partie pratique ou orale d'explicitation **et** une partie écrite.

**Partie pratique ou orale** : situation professionnelle de merchandising (objectif conduire une implantation ou une réimplantation de rayon).

**Partie écrite** : écrit de 1h30 centré sur la mobilisation d'éléments chiffrés (indicateurs partiels ou globaux de rentabilité du rayon).

### 1. Le contexte

Si dans son exercice professionnel, l'employé commercial, acteur permanent d'un rayon, conduit des actions, en apprécie les résultats et peut mettre en œuvre des ajustements, cela peut être plus complexe en formation selon l'équipement de l'établissement et les effectifs.

Trois grandes situations peuvent être rencontrées :

1. L'établissement dispose d'un point de vente ouvert au public.  
Dans ce cas, le même contexte **peut** être utilisé pour les deux parties de l'ECCF.
2. L'établissement dispose d'un magasin pédagogique fictif (qui n'accueille pas de public).  
Si ce magasin **peut** servir de support pour la dimension merchandising de séduction de l'ECCF, l'évaluation devra être complétée par une étude de cas chiffrée proposée par l'enseignant de SESG - GC responsable de l'épreuve.
3. L'établissement s'appuie pour la mise en œuvre de l'évaluation (et parfois de la formation) sur des partenariats avec des points de vente. L'évaluation de la partie séduction **peut** dans ce cas être réalisée en magasin. Pour la partie gestion, si le point de vente communique ses données, on procédera comme dans la situation 1, dans le cas contraire comme dans la situation 2.



La **situation pratique** pour le merchandising de séduction est par nature plus favorable à une évaluation de la réalité du contexte professionnel, mais elle ne doit pas aboutir, du fait des **contraintes liées au support** à une minoration du niveau de compétence attendue et au non-respect des critères d'évaluation.

**Si les supports potentiels sont trop limitatifs pour l'évaluation**, champ d'action trop restrictif, marge d'autonomie dans les choix trop limitée, opérations de merchandising limitées à des tâches d'exécution, il sera plus judicieux de proposer un oral d'étude de cas qui s'appuie sur une situation observée.

**Ces supports restent essentiels pour la formation aux gestes professionnels.**

### 2. Les consignes

- **Pour la partie merchandising de séduction**

Le contexte professionnel étant précisé en fonction des supports mobilisables, la commande passée au candidat doit être précise et conforme aux attendus du référentiel :

**Exemples :**

- *Planter le produit ananas Victoria dans le rayon fruits et légumes* ➡ *trop limitatif (niveau III).*
- *Planter le rayon (ou de la partie de rayon) fruits exotiques* ➡ *adapté.*

Des objectifs spécifiques complémentaires peuvent être assignés au candidat.

*Exemple : dans la réimplantation du rayon fruits exotiques, vous mettez en avant les ananas Victoria, les papayes, ...*

- **Pour la partie marchandisage de gestion**

Quelles que soient les difficultés d'accès à des données réelles, le contexte proposé aux apprenants doit être cohérent et ne pas se limiter à une suite de calculs mais bien permettre une analyse des données chiffrées et une conclusion écrite.

**Exemple** : Analyser la performance du rayon fruits exotiques.

### 3. Les critères d'évaluation

Compte tenu de la portée de la capacité, les critères fournis par le référentiel sont très larges. Ils devront donc être fortement complétés par des indicateurs adaptés.

|   |
|---|
| <b>C 8.1 Gérer le rayon et son approvisionnement</b>  |
| <b>Adaptation de l'assortiment aux objectifs du point de vente</b><br><b>Optimisation de l'approvisionnement du rayon</b><br><b>Mise en œuvre du marchandisage de séduction</b> |

## Questions complémentaires

### \*Doit-on fournir les formules de calcul dans la partie marchandisage de gestion ?

Il appartient à l'enseignant de distinguer les calculs usuels qui doivent être maîtrisés par le candidat, (différents niveaux de marge, taux de marge et de marque, démarque, ...) de calculs plus complexes, d'usage moins courants proposés pour susciter la réflexion (indices de sensibilité) dont les formules seront fournies.

### \* Quel professeur est concerné pour la rédaction du sujet de l'écrit et la correction ?

Le responsable de l'évaluation est l'enseignant de SESG-GC. Pour la partie pratique ou orale, il peut associer un enseignant de technique ou un professionnel.

## Points de repère pour l'ECCF 3, la préparation des produits à la vente.

Cette ECCF valide la capacité intermédiaire : **C8.2- « Préparer à la vente des produits »**



Dans la situation professionnelle considérée, le candidat doit être en mesure de réaliser la préparation de **produits alimentaires frais** en vue de la vente en appliquant les mesures relatives à l'hygiène et à la sécurité ainsi qu'à la sécurité sanitaire des aliments. Il doit pouvoir justifier des mesures prises et des gestes et procédures qu'il applique. Les dispositions de la note de service n'excluent cependant pas de préparer en complément d'autres produits alimentaires qui n'entrent pas dans la gamme des « produits frais »

Le candidat présente la mise en œuvre d'une préparation à la vente des produits dans le respect de la réglementation.

Il peut préciser les éléments relatifs à l'information au client (qualité, conditions d'utilisation, conditions de conservation, réglementation, éléments relatifs à son élaboration...).

Il doit être en mesure de formuler une **analyse critique du ou des choix retenus** basée sur l'évaluation qualitative de la préparation notamment en termes de qualité organoleptique du ou des produits sans exclure les autres composantes de la qualité.



personnel...

Le candidat est capable de justifier non seulement les éléments techniques intrinsèques au produit pouvant influencer sur la préparation,

mais également les facteurs liés à l'environnement, au milieu au

## Mise en œuvre de l'ECCF 3

L'épreuve comporte une première phase avec 30 minutes de préparation et 15 minutes pour présenter, justifier sa réponse et débattre des propositions apportées.

### 1. Le contexte

**La situation professionnelle choisie dépend du contexte et des spécificités propres à chaque établissement.** Ainsi, l'ECCF peut être une épreuve pratique et/ou orale et s'appuie sur une situation professionnelle contextualisée illustrée par des documents techniques liés au(x) produit(s) que le candidat doit préparer en vue de la vente...

*Exemples de contextes :*

Sur le **lieu de stage ou d'apprentissage**, dans le rayon de produits frais (fromage, fruits et légumes, charcuterie, poissonnerie et traiteur) en magasin, sur le marché, sur l'exploitation agricole avec vente directe.

**Remarque : des activités comme la boucherie qui sont de nature plus artisanale que commerciale sont à déconseiller.**

- Préparation de produits en vue d'une dégustation (portes ouvertes...), préparation pour le « drive », GMS, ...
- Préparation d'une commande pour une livraison
- Préparation des produits traditionnels pour alimenter le rayon LS...



### Mise en œuvre de l'ECCF

Selon les modalités choisies par l'équipe pédagogique, l'établissement peut s'appuyer sur ses moyens internes (salle de cours, cuisine pédagogique, atelier/point de vente) ou bien s'appuyer sur des partenaires externes (entreprises partenaires) en veillant à garantir une équité de traitement des candidats tant dans les moyens Selon les modalités choisies par l'équipe pédagogique, l'établissement peut s'appuyer sur ses moyens internes (salle de cours, cuisine pédagogique, atelier / point de vente) ou bien s'appuyer sur des partenaires externes (entreprises partenaires) en veillant à garantir une équité de traitement des candidats tant dans les moyens mis à disposition que dans la planification temporelle.

Les mises en situation peuvent être variées :

- **Avant la vente** : mise en place des produits...
- **Durant la période de vente** : réassort...
- **En vue de la vente** (préparation de filets de poisson sur demande du client par ex.)
- **Après la période de vente** : remballage, stockage...



#### Utilisation d'une même situation d'évaluation pour évaluer ECCF1 et ECCF3

Si dans l'exercice professionnel le technicien conseil réalise à la fois des activités de vente, vente conseil ECCF1 et merchandising ECCF2, il faut rester extrêmement prudent dans la mise en œuvre conjointe de l'un ou l'autre de ces ECCF avec l'ECCF 3.

Le respect de l'ensemble des critères pour valider les capacités nécessite un temps et une organisation qui dans la plupart des cas est incompatible avec une évaluation conjointe. Le respect des critères est seul à garantir l'atteinte de la capacité.

## 2. Les critères d'évaluation

Les critères d'évaluation permettant d'évaluer l'acquisition de la capacité sont au nombre de deux et définis dans le référentiel de formation.

### C 8.2- Préparer à la vente de produits

Justification des choix techniques

Application des dispositions réglementaires

## Points de repère pour l'ECCF 4, l'animation commerciale

Cette ECCF valide la capacité C9 : « Animer un espace de vente de produits alimentaires ».

En situation professionnelle, le futur vendeur sera en capacité de mettre en œuvre une **animation commerciale**, dans le cadre de l'équipe de vente d'un magasin.



Une **animation commerciale** consiste à organiser une **opération promotionnelle** sur un point de vente afin de **dynamiser les ventes d'un produit ou d'une marque**.

L'animation commerciale est mise en œuvre dans le **cadre du rayon mais peut aussi être « délocalisée »**.

L'animation commerciale est réalisée par **l'équipe commerciale** d'un secteur **sous l'autorité d'un responsable qui en fixe les objectifs**.

Ainsi, cette épreuve mobilise deux capacités intermédiaires :

- **La capacité C9.1 « Installer des espaces de vente promotionnels »** qui porte sur la capacité du candidat à **aménager un espace de vente distinct du cadre habituel du rayon** ;

- **La capacité C9.2 « Organiser des animations autour des produits alimentaires »** qui porte sur la capacité du candidat à **dynamiser un espace de vente en mobilisant des techniques commerciales** (mise en œuvre d'une communication interne et externe, à assurer une animation physique de l'espace, ...), à **instaurer des processus de suivi permettant d'évaluer le retour sur investissement** de l'opération.

L'ECCF s'appuie sur les contenus de formation du **module MP6**.

## La situation pédagogique



L'**animation commerciale** se caractérise par :

- Un **produit alimentaire** (ou une gamme) dont les vins et spiritueux,
- Une **commande identifiée par l'équipe pédagogique**, avec un cahier des charges de l'animation poursuivant des objectifs précis et mesurables,
- Un **lieu** avec de nombreuses possibilités (ouvert, fermé, provisoire, permanent, en partenariat, ...)
- Des **partenaires**, des professionnels, des fournisseurs, avec un contact préalable auprès de l'équipe pédagogique.

Exemple :

1. Le produit visé par l'animation est un **produit laitier, le yaourt**
2. Un **producteur local** qui veut développer une nouvelle gamme
3. L'animation est prévue dans **une enseigne de supermarché**
4. **La commande** : assurer l'animation commerciale de cette nouvelle gamme de yaourts en pots de 500g, avec installation du stand de vente dans le supermarché.

Quelques contextes possibles :

1. **Animation en magasin pour assurer la promotion d'un produit.**
2. **Organisation d'un marché de producteurs sur un site (établissement ou autre).**

Dans ce cas il faut distinguer deux types d'activités :

- Des activités conduites par le groupe classe pour organiser la manifestation dans son ensemble
- Des activités de mise en place d'un stand particulier dans le cadre de cette manifestation.

Les secondes sont les seules à même de permettre d'évaluer la capacité C9.1 et sont donc obligatoires. Néanmoins l'implication des apprenants dans l'organisation de la manifestation peut être prise en compte dans l'évaluation. Cependant l'évaluation reste individuelle.

### 3. Contexte des Journées « Portes Ouvertes »

Les JPO peuvent apparaître comme un contexte favorable, cependant il faudra être vigilant à ce que l'animation développée ne soit pas limitée à la mise en avant de produits dans le contexte d'une organisation dans laquelle les apprenants ne seraient pas acteurs.

Les objectifs d'une JPO, porteuse d'image en termes de recrutement, et ceux d'une animation commerciale, visant le développement des ventes, peuvent s'avérer incompatibles. Il faudra y être vigilant pour ne pas dénaturer la nature de l'action commerciale.

## L'approche pédagogique à privilégier est celle de la pédagogie de projet.

- Avec un point de départ qui est le **cahier des charges** de l'animation qui poursuit un objectif, la réalisation de la commande.

- **Le cheminement des apprenants est le fil conducteur de la formation.** Les apprenants sont acteurs de leurs apprentissages par la réalisation d'un projet, visant à mettre en œuvre la commande, qui nécessite une organisation du groupe à qui est confié le projet. Cette approche active permet de confronter directement les apprenants à des obstacles (nouvelle situation, difficultés, problèmes à résoudre, choix à faire, ...), ce qui leur demandera de mobiliser de nouveaux savoirs et savoir-faire pour l'action (pratique réfléchie, réflexivité).

- **Les enseignements viennent étayer le déroulement de l'action** par des apports au gré du déroulement du projet, pour identifier les obstacles et les surmonter, pour proposer aux groupes projet un temps de réflexion sur leur propre organisation et outils, ....

- **La démarche du projet nécessite une mémoire écrite type carnet de bord**, mobilisable pour l'oral. Les apprenants apprennent en agissant, la capitalisation de ces savoirs est un enjeu de la pédagogie de projet. Ce document poursuit deux objectifs, travailler l'état d'avancement du projet avec les groupes et suivre l'évolution des apprentissages. Ainsi, on lui attribue deux fonctions, :

(1) trace du déroulement du projet chronologique ou thématique : il peut être élaboré par le groupe (recueillir les informations, les données, organiser le travail) ;

(2) trace des apprentissages réalisés dans les compétences ciblées : il doit alors être individuel pour objectiver l'activité, exprimer le vécu, noter des évolutions, favoriser la prise d'autonomie...

## Mise en œuvre de l'évaluation

- Les **critères** pour valider les 2 capacités intermédiaires sont **prescrits par le référentiel**.

| Capacités évaluées  | Critères d'évaluation  |
|---|--|
| <b>C9.1 Installer des espaces de vente promotionnels</b>              | Adaptation de l'espace à la commande<br>Optimisation des ressources pour sa mise en œuvre<br>Qualité de l'aménagement de l'espace de vente |
| <b>C9.2 Organiser des animations autour des produits alimentaires</b> | Contribution au travail d'équipe<br>Animation de l'espace pendant l'action<br>Analyse des résultats obtenus                                |

Les indicateurs sont à déterminer par l'équipe pédagogique et adaptés à la situation effective d'évaluation. Pour veiller à maintenir la cohérence entre indicateurs, il est nécessaire de réaliser un travail itératif entre capacités, critères et indicateurs, et de ne pas perdre de vue que c'est la capacité qui est évaluée.

- **L'évaluation est individuelle**, elle repose sur l'observation de la pratique et un oral orienté vers l'analyse. Des indicateurs ciblent les activités en amont, pendant et après l'animation.

- **La modalité de l'oral individuel** (durée, forme, supports) est **à déterminer par l'équipe**.

- **La grille d'évaluation** doit être élaborée **au lancement du travail des apprenants**. Les critères adossés aux indicateurs pilotent la formation, orientent le travail des apprenants. Définir les indicateurs avec les apprenants peut se révéler pertinent.



#### Et le barème ?

Imaginons deux situations dans le contexte de l'exemple :

- Le producteur fournit un kit complet d'animation : matériel, PLV, ILV, produits, matériels pour la dégustation, ...
- Le producteur se limite à fournir le produit.

Dans le premier cas le critère optimisation des ressources pour sa mise en œuvre mérite peu de poids alors que dans le deuxième cas il sera déterminant pour la réussite de l'action.

Il en est de même pour le critère, adaptation de l'espace à la commande. Dans le cas proposé les animateurs seront le plus souvent tributaires des décisions du magasin et leur marge de manœuvre réduite. Au contraire dans une animation sur marché en plein air, ce critère devient déterminant.

De la même façon selon les situations, les capacités C9.1 et C9.2 peuvent avoir des poids différents dans l'évaluation de cette ECCF.

## Grille d'évaluation

Il peut être intéressant de mobiliser des grilles d'évaluation à échelle de compétences pour évaluer les apprenants, et en amont, pour favoriser l'appropriation des critères. Une telle grille vise à expliciter non seulement les critères, mais également chaque niveau de maîtrise. Pendant la phase d'apprentissage, l'utilisation de la grille par les apprenants dans une démarche d'auto-évaluation leur permet de situer leur niveau de maîtrise de chaque critère et de se fixer des objectifs à atteindre. Cet outil d'évaluation peut aussi être mobilisé dans des évaluations par les pairs. En phase d'apprentissage, l'évaluation par l'enseignant, l'auto-évaluation ou l'évaluation par les pairs, ne donne pas nécessairement lieu à une note.

| <b>C9 : Animer un espace de ventes de produits alimentaires</b>       |  |   |   |   |               |
|---|--|---|---|---|---------------|
| <b>Critères</b>   |                                       |   |    |    | <b>Barème</b> |
| <b>C9.1 Installer des espaces de vente promotionnels</b>              |  |   |   |   |               |
| <b>Adaptation de l'espace à la commande</b>                           | Inadaptation de l'espace mis en place  | Adaptation de l'espace sans mise en avant   | Adaptation de la mise en place proposée à l'espace de vente   | Optimisation commerciale de l'espace de vente au contexte du magasin  |               |
| <b>Optimisation des ressources pour sa mise en œuvre</b>              | Non mobilisation des ressources disponibles  | Mobilisation à minima des ressources disponibles  | Optimisation des ressources disponibles pour l'aménagement  | Attitude proactive pour mobiliser des ressources cohérentes avec l'animation  |               |
| <b>Qualité de l'aménagement de l'espace de vente</b>                  | Erreurs commises dans l'aménagement (erreurs d'affichage, non mise en avant des produits, ...)                         | Aménagement sans erreurs mais sans dynamique commerciale affirmée   | Aménagement cohérent respectant les codes commerciaux   | Aménagement présentant une dynamique esthétique et commerciale de qualité cohérente avec le positionnement dans l'espace de vente                                   |               |
| <b>C9.2 Organiser des animations autour des produits alimentaires</b> |  |   |   |   |               |
| <b>Contribution au travail d'équipe</b>                               | Attitude peu fiable<br>Tâches exécutées avec retards, négligence, voire oublis   | Attitude passive<br>Tâches exécutées mais sans implication ni apports personnels, ou ne s'inscrivant pas dans le travail d'équipe                           | Application dans l'exécution<br>Tâches réalisées avec soin et implication<br>Adaptation aux évolutions de déroulement de l'animation                            | Attitude pro active<br>Leader dans le respect de la commande et des équilibres du travail d'équipe.<br>Force de proposition et qualité dans l'exécution des tâches. |               |
| <b>Animation de l'espace de vente pendant l'action</b>                | Comportements inadaptés<br><br>Non-respect des règles d'hygiène et de sécurité dans la mise en œuvre de la dégustation | Attitude passive<br>Se contente de répondre aux attentes<br>Dégustation respectant les règles d'hygiène et de sécurité mais sans mise en avant des produits | Mise en œuvre d'un accueil de qualité adapté à la situation<br>Sourire, tenue, empathie vis-à-vis des clients<br>Dégustation des produits globalement maîtrisée | Approche commerciale et respectueuse des clients<br>Mise en œuvre dynamique de la dégustation<br>Respect rigoureux des règles d'hygiène et de sécurité              |               |
| <b>Analyse des résultats obtenus</b>                                  | Éléments trop partiels, voire absence d'éléments<br>Proposition non pertinentes  | Éléments partiels<br>Des éléments majeurs ne sont pas identifiés (évolution des ventes, perception de la dégustation)<br>Peu de propositions                | Les éléments majeurs de bilan sont identifiés mais parfois de façon peu précise<br>Proposition d'évolution pertinentes mais peu argumentées                     | Analyse complète et pertinente en termes quantitatifs et qualitatifs qui permet de proposer des évolutions circonstanciées pour l'évolution de l'animation          |               |
| <b>Observations :</b>   |  |   |   |   |               |

La grille suivante est une version simplifiée, mais qui ne présente d'intérêt que si le niveau de maîtrise du critère est clairement explicité dans les commentaires. En effet, positionner une croix dans une case, sans commentaire, n'apportera pas d'information à l'apprenant et encore moins de pistes de progrès en phase d'apprentissage.

| <b>C9 : Animer un espace de ventes de produits alimentaires</b>       |  |  |  |  |  |                     |               |
|---|--|--|--|--|--|---------------------|---------------|
| <b>Critères</b>   | <b>Indicateurs</b>   |  |  |  |  | <b>Observations</b> | <b>Barème</b> |
| <b>C9.1 Installer des espaces de vente promotionnels</b>              |  |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Adaptation de l'espace à la commande</b>                           | Respect de la politique commerciale définie<br>Respects des chartes graphiques<br>Respect des contraintes techniques   |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Optimisation des ressources pour sa mise en œuvre</b>              | Mobilisation des ressources fournie<br>Organisation adaptée<br>Apport de nouvelles ressources  |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Qualité de l'aménagement de l'espace de vente</b>                  | Respect des règles d'hygiène et de sécurité<br>Scénarisation cohérente<br>Techniques de merchandising mobilisées adaptées<br>Respect de la réglementation en termes de prix PLV et ILV attractives<br>Mise en avant du produit |  |  |  |  |                     |               |
| <b>C9.2 Organiser des animations autour des produits alimentaires</b> |  |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Contribution au travail d'équipe</b>                               | Communication interne et externe<br>Respect et solidarité vis-à-vis des autres<br>Participation à tous les types de travaux<br>Respect du planning<br>Prises d'initiatives<br>Adaptation aux variations du projet              |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Animation de l'espace de vente pendant l'action</b>                | Assiduité, ponctualité, disponibilité<br>Accueil des clients<br>Conseils adaptés<br>Techniques de ventes adaptées  |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Analyse des résultats obtenus</b>                                  | Moyens nécessaires identifiés et chiffrés<br>Résultats mesurés<br>Comparaison des objectifs et des résultats   |  |  |  |  |                     |               |
| <b>Observations :</b>   |  |  |  |  |  |                     |               |

## Questions complémentaires

### \* **Peut-on intégrer cette évaluation dans le MAP ? (Peut-on commercialiser des produits en ligne)**

Le MAP porte sur une capacité distincte de l'animation « s'adapter à des enjeux professionnels particuliers », il ne peut donc être confondu avec la capacité C9. Cela n'exclut pas :

- De tirer parti d'un même contexte professionnel pour le MAP et la C9 : après une animation commerciale de type foire aux vins on peut envisager de valoriser la même gamme de produits dans le cadre d'une vente en ligne. Si le e-commerce est évoqué dans le module M6 comme élément d'environnement de la vente en magasin, sa mise en œuvre ne fait pas l'objet d'une capacité dans le référentiel et peut donc être envisagée dans un MAP.
- De mobiliser la stratégie de projet mise en œuvre dans le MP6 dans le cadre de la conduite du MAP.

### \* **A-t-on le droit de faire déguster les vins ?**

Dans le cadre de formations destinant à la vente des vins, il est possible de faire déguster des produits viti-vinicoles, en respectant toutes les conditions légales<sup>1</sup>. Cependant l'option de ce bac pro n'est pas exclusivement la vente de ces produits ; à ce titre on ne peut envisager de la rendre obligatoire. Il convient donc d'agir avec discernement et prudence sur ce sujet.

### \* **Quel niveau de prestation attendu de la part des apprenants ?**

Le bac professionnel prépare à un diplôme d'ouvrier hautement qualifié pas à un emploi de cadre. Il agit donc dans le cadre d'une commande fixée par un responsable (l'enseignant dans le cadre de la formation). On attend de l'apprenant qu'il mette en œuvre cette commande avec une autonomie fonctionnelle qui dépendra du projet, comme elle pourrait dépendre de l'entreprise.

L'apprenant de bac pro étant majoritairement mineur, il faudra veiller à ce que la mise en œuvre du projet soit compatible avec les contraintes en particulier de déplacement.

Dans le cadre du BTS, l'apprenant situé en situation de prise de décision pourra développer une approche plus complexe en étant acteur au niveau stratégique.

### \* **Les indicateurs doivent-ils être identiques pour tous les candidats ?**

Les indicateurs sont adaptés à la situation effective d'évaluation. Si celle-ci n'est pas exactement la même pour tous les candidats (projets différents, nature des produits différents...), ou si les candidats n'ont pas été confrontés exactement aux mêmes tâches, les indicateurs peuvent être différents.

### \* **Y a-t-il une obligation de vente de produits ?**

Même s'il n'y a pas d'obligation au sens strict, pour pouvoir valider l'ensemble des critères, cela reste la solution à privilégier.

### \* **Y a-t-il obligation d'une démarche de recherche de fournisseurs par les apprenants ?**

Ce n'est pas une obligation. Dans la majorité des cas, la démarche de recherche de fournisseurs n'est pas un attendu du bac pro, cela relève de la stratégie et de l'encadrement. Cela ne l'exclut

---

<sup>1</sup> <https://normandie.direccte.gouv.fr/Emploi-et-accueil-de-jeunes-ages-de-moins-de-18-ans-dans-les-debits-de-boissons-18202>

pas dans certains cas. Cela dépendra de la commande qui sera passée à l'apprenant dans le cadre de l'action.

\* **Les indicateurs mesurables sont-ils forcément des chiffres de vente ou cela peut être des taux de satisfaction, des taux de fréquentation, etc. ?**

Tout indicateur qui permet d'argumenter de l'impact de l'animation est bienvenu pour argumenter de sa pertinence. L'enseignement permet aux apprenants de mobiliser des indicateurs quantitatifs et qualitatifs. Au moment de l'évaluation, une appréciation, quand on ne peut fournir de chiffres, sur les ventes du produit, même si elle n'est pas totalement chiffrée, est attendue comme elle serait attendue par un responsable commercial.

\* **Est-ce que chaque apprenant doit passer par toutes les étapes définies dans l'animation ?**

Chaque apprenant doit pouvoir être évalué sur les différents critères de la grille d'évaluation. Cette obligation le contraint à participer à l'aménagement de l'espace de vente par exemple ou à son animation. Cependant, en particulier dans un projet global de type marché ou foire conduit au départ en groupe classe, avec des tâches transversales comme la communication, la recherche de partenaires, ... il est tout à fait possible d'évaluer des critères comme la contribution au travail d'équipe dans ce type d'activité.

On peut envisager d'accorder, dans le cas où cette dimension collective prend une part très importante, un poids particulier à ce critère en le précisant par des indicateurs ad hoc.

\* **Le professeur d'éducation socioculturelle peut-il participer à l'action ?**

Dans le cadre des horaires affectés à l'enseignement pluridisciplinaire, une plage de 14 h dite « non affectée aux disciplines » ouvre la possibilité d'une participation de l'enseignant d'ESC ou d'autres membres de l'équipe qui souhaitent s'impliquer...

\* **Comment est défini le budget de l'opération ?**

Le budget doit être validé par l'équipe de direction et être voté lors des Conseils Intérieur et d'Administration.

Dans le cas où des flux financiers sont générés, toute l'attention des enseignants est attirée sur le respect des règles de maniement des fonds publics et privés dans le cadre de l'enseignement.<sup>2</sup>

\* **Est-il possible d'évaluer par groupe à deux périodes différentes ?**

S'il faut rester cohérent pour ne pas placer les candidats dans des conditions trop différentes, le travail de groupe et les relations contractuelles avec des partenaires peuvent nécessiter une évaluation sur un pas de temps adapté au déroulement des actions.

\* **Quels outils d'aide peuvent être utilisés pour construire la trame du carnet de bord ?**

Des outils type portfolio peuvent être mobilisés pour recueillir de manière structurée aussi bien les opérations réalisées que les réflexions de l'apprenant sur les apprentissages réalisés et les compétences développées tout au long de la réalisation du projet.

## CONCLUSION

---

<sup>2</sup> Se rapprocher du secrétariat général et des gestionnaires de l'établissement dans le cas de questions.

L'objectif de ce guide est d'apporter des précisions apparues nécessaires lors des SIL. Il reprend donc les questionnements formulés avant pendant et après les SIL. Nous l'avons voulu résolument opérationnel pour permettre à chaque équipe de s'emparer de cette rénovation, il ne donne donc pas de recettes mais des éclairages pour que chacun puisse identifier les marges de manœuvre dont il dispose pour construire un enseignement et des évaluations pertinentes.

La dimension capacitaire de cette rénovation nécessite un travail pluridisciplinaire important, et doit amener les enseignants intervenants dans la filière à renforcer leur collaboration. En espérant que ces repères concourront à l'harmonisation des attentes et au développement d'une culture commune pour cette formation aux des métiers de la vente conseil.