

République française

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE

ARRÊTÉ du 10 Juillet 2000

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

NOR : AGRE001443A

Le Ministre de l'agriculture et de la pêche

VU le code rural, notamment le livre VIII ;

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

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

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

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

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

Arrête :

Article premier

Il est créé un certificat de spécialisation «responsable technico-commercial : fruits et légumes ».

Article deux

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

Article trois

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

- du brevet de technicien supérieur agricole, option «productions horticoles »,
- du brevet de technicien supérieur agricole option « technico-commercial »
- du brevet de technicien supérieur agricole option « analyse et conduite de systèmes d'exploitation »

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

Article quatre

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

Article cinq

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

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

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

Article six

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

Fait à PARIS, le

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

Jean-Claude LEBOSSÉ

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



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA PÊCHE

Certificat de spécialisation
«Responsable technico-commercial : fruits et légumes »

Arrêté du 10 juillet 2000

ANNEXE I : REFERENTIEL PROFESSIONNEL.....	2
ANNEXE II : REFERENTIEL D'EVALUATION.....	8
ANNEXE III - STRUCTURE DE L'EVALUATION EN EPREUVES TERMINALES	12

Annexe I : Référentiel professionnel

I : Identification des emplois

1- Délimitation du champ : les entreprises, les emplois, les produits.

11- Les entreprises concernées.

- ♦ Les entreprises de production (arboriculture, maraîchage) dont le volume de production justifie l'emploi d'un commercial.
- ♦ Les entreprises du négoce des fruits et légumes : coopératives, expéditeurs, import-export...
- ♦ Les entreprises agro-alimentaires spécialisées dans la transformation et la commercialisation des fruits et légumes,
- ♦ Les entreprises du secteur de la distribution (commerce de gros, grande distribution, magasins spécialisés...).

12- Les emplois de commerciaux

Le terme «technico-commercial» est utilisé dans un sens générique. Il désigne ici un commercial dont l'activité comporte une dimension technique importante. Celle-ci est conditionnée par les orientations de l'entreprise, les types de marchés, les produits commercialisés (voir ci dessous). Il recouvre dans les entreprises une grande diversité d'appellations.

Certaines correspondent à des secteurs et à des postes de travail précis. Par exemple :

- Dans le secteur de la collecte, du négoce : « agent de relation culture », « responsable de dépôt »...
- Dans le secteur de la grande distribution : « chef de rayon », « chef de secteur », « acheteur »...

D'autres sont plus générales. Par exemple : « responsable commercial », « assistant commercial », « animateur de vente »...

2- Situation fonctionnelle.

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

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

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

Le commerce de fruits et légumes est fortement lié à la saison, tant en ce qui concerne l'offre de produits (zones et époques de production) que la demande. Il est de plus soumis à de nombreuses incertitudes (aléas climatiques, variation des cours, fortes fluctuations de la demande sur de courtes périodes). Les produits sont périssables et exigent des délais de commercialisation très courts, certains font l'objet de techniques de conservation ou de maturation dans l'entreprise. Le commercial spécialisé en fruits et légumes, doit organiser et gérer son activité en intégrant toutes ces contraintes. Le commercial doit de plus maîtriser une gamme très large de produits et de variétés.

3- Fonctions du technico-commercial

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

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

- Une fonction opérationnelle de vente et/ou d'achat : par exemple « technico-commercial de secteur »...
- Une fonction de gestionnaire : par exemple « chef de rayon », « responsable de dépôt »...
- Une fonction stratégique de définition d'une politique commerciale (marketing) : par exemple « assistant marketing »...

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

- des compétences organisationnelles et de gestion,
- des compétences relationnelles et de communication,
- des compétences d'adaptation aux évolutions des activités et produits de l'entreprise
- des compétences techniques.

4- Autonomie/responsabilité.

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

- ♦ Les commerciaux de secteur sont généralement très autonomes dans l'organisation de leur travail. En fonction de leur expérience, ils disposent d'une plus ou moins grande autonomie dans la négociation commerciale, mais celle-ci repose sur leur parfaite connaissance du fonctionnement de l'entreprise et de la marge de manœuvre dont ils disposent (les objectifs, les niveaux de marge).
- ♦ Les commerciaux qui exercent leur activité au sein de l'entreprise et qui appartiennent à l'encadrement intermédiaire sont généralement responsables de leur activité (un rayon, un point de

vente, un type de marché), tant en ce qui concerne la gestion (marchandises, hommes, équipements) que les résultats.

5- Evolutions dans le poste et hors du poste.

L'accès à un poste de commercial dans une entreprise passe souvent par un emploi intermédiaire d'entrée en fonction, qui permet de comprendre le fonctionnement de l'entreprise et de se familiariser avec la gamme de produits.

Les emplois accessibles à partir du poste dépendent du type d'entreprise et de sa taille. Dans les entreprises importantes, le commercial confirmé peut prendre en charge des marchés ou secteurs de plus en plus complexe (l'import-export par exemple). L'accès à des postes d'encadrement (directeur commercial, chef de service, responsable des ventes) est possible à partir des emplois de commerciaux. Dans la grande distribution par exemple, l'accès au poste de chef de secteur constitue un déroulement normal de carrière, pouvant ensuite évoluer vers des fonctions d'acheteur, voire de responsable de magasin.

II : Fiche descriptive d'activités du technico-commercial en fruits et légumes.

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

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

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

- Il organise sa propre activité (planification du travail, rendez-vous, déplacements, permanence téléphonique...)
- Le cas échéant, il gère et organise le travail d'une équipe :
 - Il planifie les tâches et les répartit dans l'équipe,
 - Il peut assurer le suivi administratif des membres de l'équipe (congés, horaires, salaires...)
 - Il veille au respect des règles d'hygiène, de sécurité et de la réglementation du travail...

12- Il gère les marchandises.

- Il gère les ventes et les stocks.
 - Il suit et gère les ventes en utilisant les techniques de merchandising.
 - Il assure le réassortiment en relation avec le service approvisionnement (respect de la gamme).
 - Il gère les stocks (rotation, suivi des DLC).
- Dans le cadre d'une fonction achat, il gère les approvisionnements en fonction des besoins de l'entreprise, de la saison et des fluctuations de la consommation.
- Il applique et fait appliquer la réglementation commerciale.

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

- Il organise l'espace, prévoit les affectations.
- Il organise et gère l'utilisation des équipements et matériels commerciaux (meublé, caisses, informatiques...) et s'assure de leur entretien, le cas échéant de leur bon fonctionnement, dans le respect de la réglementation (sécurité).

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

- Il assure la rentabilité de son activité (le chiffre d'affaire, les prix, les frais, les marges...).
- Il élabore et utilise des outils de suivi de l'activité (tableaux de bord, indicateurs).
- Il procède aux ajustements.
- Le cas échéant, il assure les recouvrements.

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

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

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

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

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

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

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

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

221- il s'informe des besoins des clients, analyse leur demande, et apporte des réponses adaptées. / Il s'informe auprès des services concernés (vente, production) des besoins de l'entreprise, en quantité et en qualité.

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

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

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

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

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

- Il organise la communication dans l'équipe, recueille et transmet des informations, anime des réunions.

- Il assure le suivi individuel des membres de l'équipe (ajustement de l'activité, formation continue). Il peut participer à l'embauche, au positionnement...

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

- il participe à différentes réunions, le cas échéant, il les anime.

- Il s'informe des activités de l'entreprise et rend compte de sa propre activité par différents moyens (oralement, par écrit).

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

- Il transmet les informations nécessaires au fonctionnement des autres services, s'informe auprès des autres services pour organiser son activité.

- Il utilise les moyens de communication et d'information de l'entreprise.

3- Il adapte son activité en fonction des évolutions des activités et produits de l'entreprise

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

311- Il se tient informé des évolutions techniques concernant les produits qu'il commercialise (espèces et variétés, marques).

312- Il est à l'écoute des attentes des clients concernant les produits qu'il commercialise et transmet les informations au service concerné (production, logistique)

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

314- il se tient informé des évolutions réglementaires.

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

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

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

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

41- Il mobilise des connaissances techniques sur les produits pour les acheter et/ou les vendre.

411- Dans le cas d'une fonction achat, il organise l'approvisionnement de l'entreprise en fonction de ses besoins quantitatif et qualitatif.

- Il achète des fruits et légumes sur le marché national et/ou international en fonction des calendriers de production et des zones de production.
- Il choisit les produits correspondant à la gamme et aux contraintes commerciales de l'entreprise, il maîtrise pour cela les caractéristiques des espèces et variétés, des marques et des zones de production (terroir et conditions de production).

412- Il contrôle les produits achetés ou vendus. Il vérifie leur qualité (état de conservation, de maturité) et la conformité à la commande au cahier des charges (variétés, calibrage, quantité, conditionnement). Le cas échéant, il fait procéder à des contrôles.

413- Il présente aux clients les caractéristiques des espèces et variétés commercialisées par l'entreprise, éventuellement il donne des conseils (conditions de conservation, destination).

414- Il applique la réglementation spécifique aux fruits et légumes en matière d'hygiène, de sécurité alimentaire, d'information des clients (origine, prix).

415- Le cas échéant, il applique et fait appliquer les normes de qualité (ISO 9002). Dans le cas où la traçabilité est mise en place dans l'entreprise, il s'assure de son suivi pour les lots qu'il commercialise.

42- Pour certains produits de la gamme, il peut être amené à mettre en œuvre des techniques de conservation ou de mûrissement.

431- Il peut mettre en œuvre pour certains produits, des techniques spécifiques de maturation. Il s'assure du bon déroulement de l'opération et veille à l'évolution du produit jusqu'au stade optimum de commercialisation (bananes par exemple).

432- Il met en œuvre les techniques de conservation nécessaires au maintien de la qualité commerciale des produits. Il contrôle l'évolution des produits et s'assure du maintien de leur valeur commerciale.

43- Il intègre les contraintes liées à la nature des produits commercialisés et aux spécificités du marché des fruits et légumes pour gérer l'activité commerciale

431- il tient compte pour gérer les stocks et définir la rotation des produits, des conditions de conservation des produits, de leur état de maturation, ainsi que des conditions de commercialisation (fluctuation de l'offre et de la demande en fonction des conditions climatiques par exemple).

432- Il intègre les contraintes liées à la conservation et au maintien de la qualité commerciale des produits pour organiser la logistique (délais et conditions de transport).

433- En fonction de l'état de conservation des produits, il peut être amené à revoir l'affectation des lots et à ajuster les prix.

Annexe II : Référentiel d'évaluation

I : Structure du référentiel

UC 1

OTI 1 : Etre capable de participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise du secteur des fruits et légumes

UC 2

OTI 2 : Etre capable d'utiliser les techniques de négociation et de vente dans le secteur des fruits et légumes

UC 3

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

UC 4

OTI 4 : Etre capable de mobiliser les connaissances techniques et économiques relatives aux produits du secteur des fruits et légumes dans le cadre de son activité

II : Liste des objectifs

OTI 1 : Etre capable de participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise du secteur des fruits et légumes

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

OI 1.1.1 : Etre capable de réaliser une étude de marché

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

OI 1.2 : Etre capable de positionner le produit

OI 1.2.1 : Etre capable de définir la qualité du produit

OI 1.2.2 : Etre capable de choisir une marque

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

OI 1.2.4 : Etre capable de fixer un prix

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

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

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

OI 1.3.3 : Etre capable de choisir les circuits de distribution

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

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

OI 1.4 : Etre capable de constituer un portefeuille de clientèle

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

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

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

OTI 2 : Etre capable d'utiliser les techniques de négociation et de vente dans le secteur des fruits et légumes

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

OI 2.1.1 : Etre capable de prospecter par téléphone

OI 2.1.2 : Etre capable d'identifier des clients nouveaux

OI 2.1.3 : Etre capable de rédiger des courriers commerciaux

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

OI 2.2.1 : Etre capable de réaliser l'argumentaire

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

OI 2.2.3 : Etre capable de planifier ses rendez-vous

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

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

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

OI 2.3.3 : Etre capable de conclure une commande

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

OI 3.1 : Etre capable d'assurer la gestion matières

OI 3.1.1 : Etre capable de gérer les stocks

OI 3.1.2 : Etre capable de gérer les commandes

OI 3.1.3 : Etre capable de gérer les expéditions

OI 3.1.4 : Etre capable d'assurer le merchandising

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

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

OI 3.2.2 : Etre capable d'assurer la facturation

OI 3.2.3 : Etre capable de réaliser le suivi des encaissements

OI 3.2.4 : Etre capable de traiter les problèmes et litiges

OI 3.3 : Etre capable de gérer la force de vente

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

OI 3.3.2 : Etre capable de stimuler la force de vente

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

OTI 4 : Etre capable de mobiliser les connaissances techniques et économiques relatives aux produits du secteur des fruits et légumes dans le cadre de son activité

OI 4.1 : Etre capable de présenter les fruits et légumes achetés ou vendus

OI 4.1.1 : Etre capable de rappeler les caractéristiques des espèces et des variétés et leur évolution

OI 4.1.2 : Etre capable de caractériser les zones de production : terroirs, marques, conditions et époques de production, organisation économique...

OI 4.1.3 : Etre capable de présenter l'environnement réglementaire du commerce des fruits et légumes

OI 4.2 : Etre capable de garantir la qualité commerciale des fruits et légumes achetés et/ou vendus

OI 4.2.1 : Etre capable d'organiser l'approvisionnement de l'entreprise en fonction de ses besoins qualitatifs et quantitatifs

OI 4.2.2 : Etre capable de maintenir la qualité commerciale des produits par les techniques d'acheminement et de conservation adaptées

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

OI 4.2.4 : Etre capable d'appliquer la réglementation en matière d'hygiène, de sécurité alimentaire et de traçabilité

OI 4.3 : Etre capable d'assurer la gestion matérielle d'un point de vente

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

OI .4 3.2 : Etre capable de gérer l'utilisation et l'entretien des matériels et des équipements

Annexe III - Structure de l'évaluation en épreuves terminales

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

Epreuve 1 - coefficient 1

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

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

Epreuve 2 - coefficient 2

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

Epreuve 3 - coefficient 2

Epreuve pratique de 1heure (préparation comprise) portant sur une vente/conseil par téléphone. Le candidat devra conseiller un responsable produit d'une grande ou moyenne surface de vente (GMS) sur sa stratégie, le choix des produits, les opérations à mettre en œuvre pour garantir la qualité, la mise en place du rayon et le prix de vente dans le respect de la réglementation.

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

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