

Compétence 01:

Se situer par rapport au métier lié à la fonction



**Filière : TS - Promotion et
Commercialisation des Produits de Terroir.**

-Formatrice : Chaimae BELADDA-



Le plan de la compétence

01

Syllabus du cours

02

Aperçu sur le domaine des produits de terroir

03

Aperçu sur la fonction de travail

04

Capitalisation et évaluation

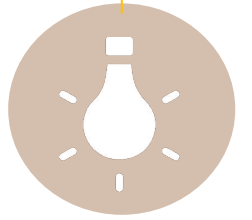
01

Présentation Formatrice - Stagiaires



Présentation

Formatrice - Stagiaires



01

Nom et Prénom

02

**Parcours académiques
et professionnelle**

03

**Qualité et Axes
d'amélioration**

04

Projet professionnel

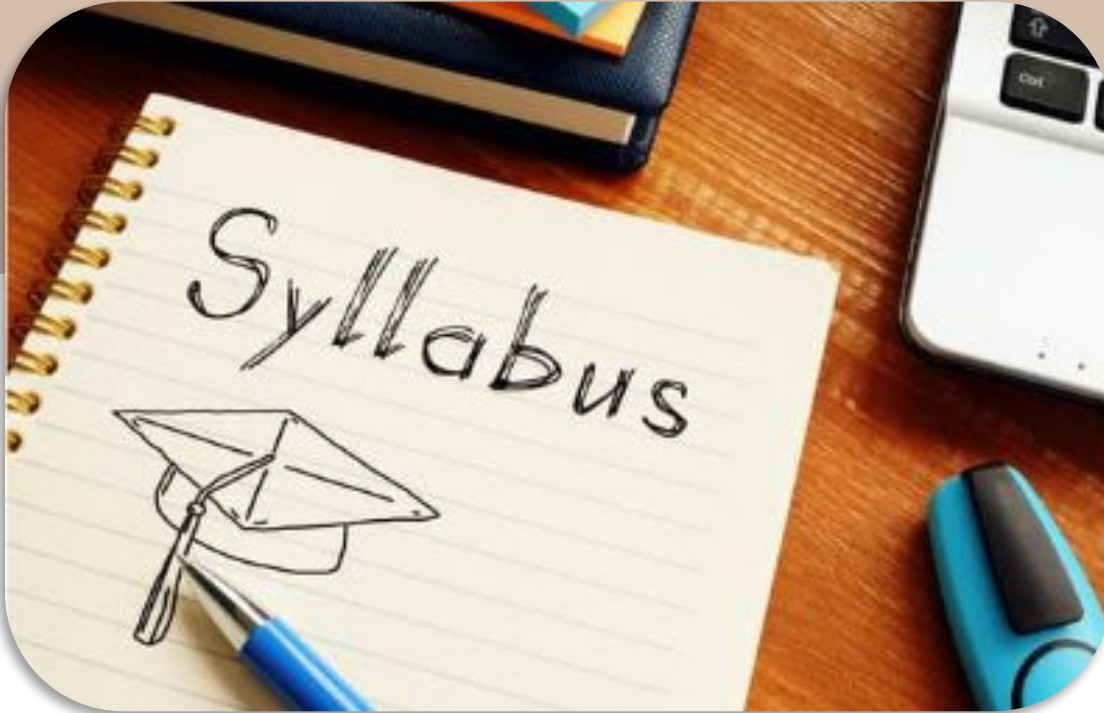
05

Attentes par rapport à cette formation



02

Syllabus de cours



Méthode d'enseignement

- Le programme de formation de cette filière repose sur l'approche par compétence.
- Le cours est construit autour d'un support de cours, d'exercice d'application, des travaux dirigés/ projets et des sorties sur terrain (stage).
- L'enseignement repose sur la préparation des chaque éléments de la compétence par le formateur/ formatrices et les stagiaires. La participation des stagiaires par la préparation des devoirs et des projets de groupes fait partie intégrante de la méthode d'enseignement.



Méthode d'enseignement

Les outils
pédagogiques

Cours magistral + Mind mapping

Etude de cas

Mise en situation

Travail individuelle et en groupe

Présentation ppt et compte rendu



Programme de compétences

- **Les types de compétences enseignées:**

La durée du programme de formation « **Promotion et Commercialisation des produits du terroir** » est de **2370 heures de formation** dont :

- **1500 heures** sont consacrées à l'acquisition de **compétences spécifiques** liées directement à la maîtrise des tâches du métier ;
- **870 heures** à l'acquisition de **compétences transversales**.



**Compétences
Spécifiques**

portent sur des tâches et des activités
directement liés au métier ou à la
profession

**Compétences
Transversales**

portent sur des activités communes à
plusieurs tâches ou à plusieurs situations

● Le programme de formation : (1ère année)

TS PCPT 01	Se situer par rapport au métier lié à la fonction	30 H
TS PCPT 02	Identifier l'évolution des pratiques de consommation marchandes nationales et internationales	45 H
TS PCPT 03	Identifier les instances de gestion de la promotion et commercialisation des produits du terroir au Maroc	30 H
TS PCPT 04	Concevoir une démarche de valorisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 05	Appliquer une démarche de valorisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 06	Appliquer le Français associé à l'écosystème des produits du terroir	135 H
TS PCPT 07	Appliquer l'anglais associé à l'écosystème des produits du terroir	135 H
TS PCPT 09	Mobiliser les techniques de l'informatique et de la communication	75 H
TS PCPT 11	Organiser la relation client et la vente conseil dans le cadre de la promotion et la commercialisation des produits du PT	75 H
TS PCPT 12	Concrétiser la relation client et la vente conseil dans le cadre de la promotion et la commercialisation des produits du PT	75 H
TS PCPT 13	Définir l'organisation de l'offre commerciale des produits du terroir	30 H
TS PCPT 14	Appliquer les techniques d'animation et dynamisation de l'offre commerciale des produits du terroir	105 H
TS PCPT 17	S'initier au métier	180 H

● Le programme de formation : (2ème année)

TS PCPT 15	Organiser la gestion opérationnelle de l'unité commerciale de promotion et la commercialisation des produits du terroir	30 H
TS PCPT 16	Appliquer les techniques de gestion opérationnelle de l'unité commerciale de promotion et la commercialisation des produits du terroir	105 H
TS PCPT 08	Appliquer une troisième langue associée à l'écosystème des produits du terroir	135 H
TS PCPT 10	Appliquer les techniques de communication interpersonnelle et interculturelles	60 H
TS PCPT 18	Superviser l'équipe commerciale assurant la promotion et commercialisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 19	Exercer son leadership	75 H
TS PCPT 20	Distinguer une démarche de digitalisation de la promotion et commercialisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 21	Appliquer une démarche de digitalisation de la promotion et commercialisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 22	Mettre en œuvre une démarche de promotion de la qualité des produits du terroir	120 H
TS PCPT 23	Exploiter des moyens de recherche d'emploi	75 H
TS PCPT 24	Utiliser les moyens de développement de l'entrepreneuriat dans le domaine de la promotion et commercialisation des produits du terroir	75 H
TS PCPT 25	S'intégrer en milieu de travail	390 H

Méthode d'évaluation

01

Évaluation Formative



02

Évaluation Sommative

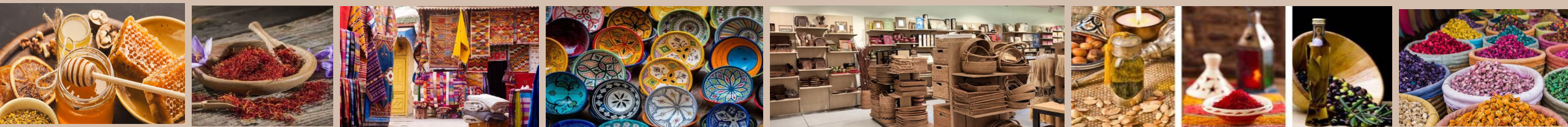
- Les horaires des examens doivent être strictement respectés. Personne ne sera autorisé à entrer dans la classe une fois que la première personne aura terminé l'examen et quitté la salle d'examen.
- Aucun stagiaire ne peut continuer à passer un examen une fois le temps écoulé.



Méthode de communication

-  Le professeur contactera l'ensemble des étudiants via leur adresse mail. Merci de consulter assez souvent votre boîte e-mail.
-  Le responsable de la classe sera l'intermédiaire entre le professeur et les stagiaires, néanmoins le stagiaire peut contacter le professeur directement au cas de besoin via le mail communiqué.

cb.istahto@gmail.com



Règlement interne de la classe à respecter

- ✓ La classe est un lieu d'échange, d'apprentissage et d'épanouissement individuel et collectif qui exige le respect d'un certain nombre de valeurs et normes à savoir :

Le respect

la ponctualité


l'égalité

l'engagement

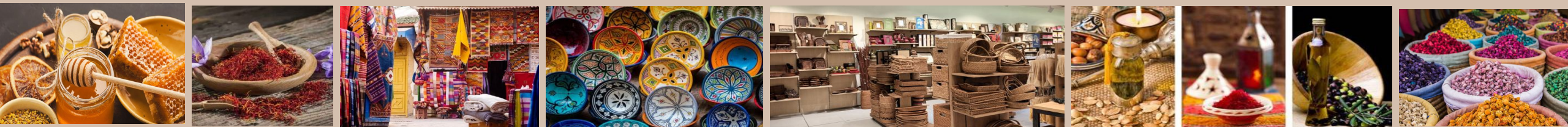
le professionnalisme



Règlement interne de la classe à respecter

 Éviter tout comportement perturbateur et irrespectueux envers le professeur et les étudiants : retard dans les cours, départ précocé, comportement irrespectueux (par exemple, dormir, utiliser un langage vulgaire, parler excessivement, manger / boire).

 Éviter l'utilisation des téléphones mobiles, ordinateurs portables et toutes sortes d'appareils.



03

Introduction au domaine des produits de terroir



Introduction à la compétence

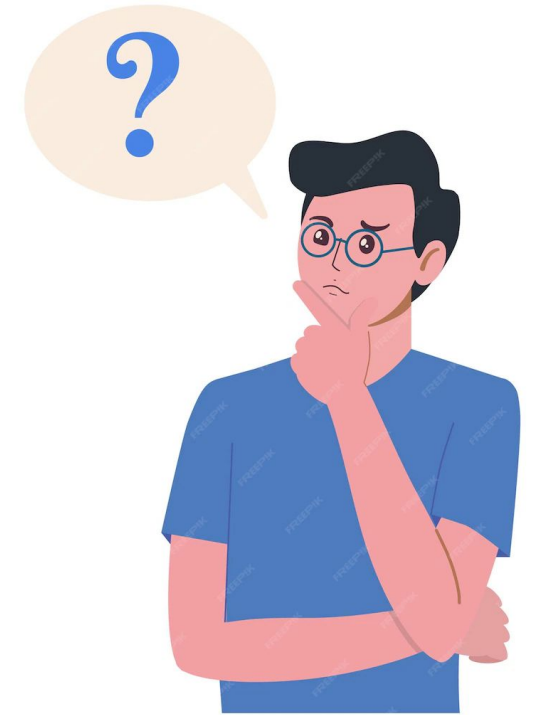
Brainstorming



Introduction à la compétence



**Produits de terroir de
quoi s'agit-ils?**



Introduction à la compétence



Produits

terroir



Introduction à la compétence

- **Le produit : définition et composante.**

En marketing, un produit peut être « un objet matériel, un service, une personne, une idée ou une organisation, ou un territoire (pays, région, ville ou localité), etc, qui est conçu, créé et offert à la consommation dans le but de satisfaire un besoin identifié des consommateurs ».



Introduction à la compétence

- **Le produit : Composantes.**

Composantes	Contenu
Caractéristiques physiques	Ce à quoi sert le produit
Identification	Nom du produit, codification
Packaging (conditionnement, emballage)	Enveloppes matérielles permettant d'assurer dans les meilleures conditions de sécurité, le transport, le stockage et la conservation des produits.
Qualité	Normes, labels, certifications.
Étiquetage	Informations, ingrédients, date d'expédition
Marque	Logos, couleurs, nom
Valeur sociale	Image, prestige liés à l'achat et l'utilisation du produit
Services associés	Après-vente, assurance, garantie, installation, conseil...



Introduction à la compétence

- **Le Terroir : définition.**

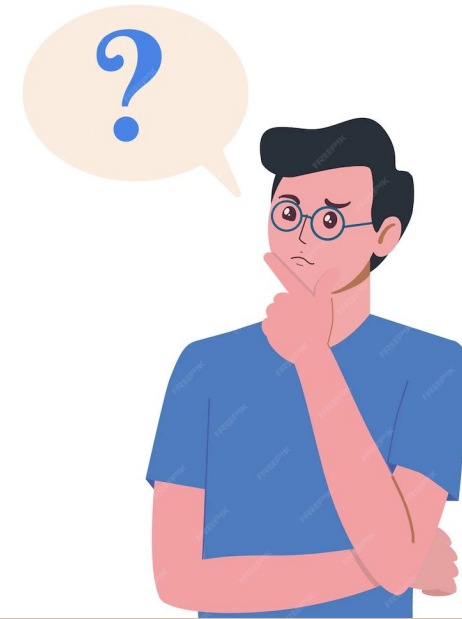
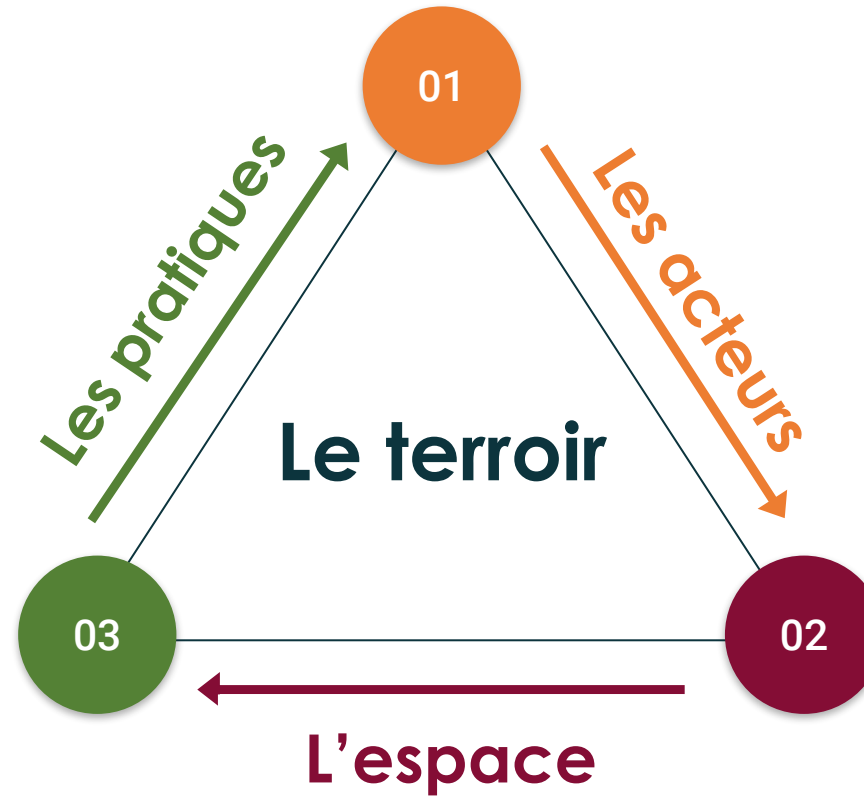
“Un terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques, fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains...” (INRA-INAO-UNESCO, 2005)

Terroir



Introduction à la compétence

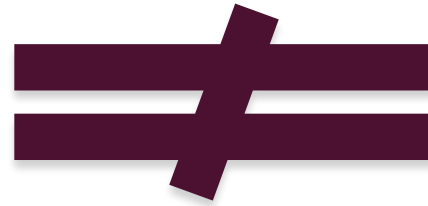
- Le Terroir : définition.



Introduction à la compétence

- Le Terroir : définition.

Territoire



Terroir



Introduction à la compétence

- **Le Territoire : définition.**

“un système complexe qui englobe la notion de géographie, humaine, ainsi que les aspects politiques, économiques et culturels. Il s'agit donc d'une zone géographique délimitée qui peut être un pays, une région ou un espace spécifique, souvent associé à une autorité politique ou administrative particulière”.

Territoire



Introduction à la compétence

Les caractéristiques similaires entre terroir et territoire

- ✓ Le terroir et le territoire sont tous les deux un espace physique, c'est-à-dire, une zone définie selon des limites géographiques
- ✓ Sont aussi un lieu caractérisé par une certaine présence et l'implantation de l'Homme.
- ✓ Ils véhiculent un ensemble de valeurs culturelles et historiques lié à la tradition et au caractère typique des productions.



Introduction à la compétence


Les caractéristiques différentes entre terroir et territoire

- **Le territoire:**

- Est un espace géographique avec une grande dimension
- Les frontières qui séparent le territoire peuvent être politiques, économiques, culturelles, historiques.

- **Le terroir :**

- Est un petit espace, une portion d'un territoire.
- Est limité par un savoir-faire typique lié à la production locale.



En effet, la notion de terroir se différencie de celle de territoire par le lien à un ou plusieurs produits. Le territoire peut exister en l'absence de produit (une collectivité par exemple).



Introduction à la compétence

Les produits de terroir Définitions

- ✓ Les produits de terroir regroupent l'ensemble des produits locaux, régionaux et même traditionnels, reflétant des traits culturels, géographiques et historiques ainsi qu'un savoir-faire spécifique et propre à un terroir déterminé.
- ✓ Les produits de terroir sont des produits caractérisés par une réelle originalité liée au milieu local comprenant les caractères physiques du terroir. Le produit est , donc , spécifique de l'aire géographique dont il est originaire et il apparaît impossible aux intervenants d'autres régions de fabriquer exactement le même produit.



Introduction à la compétence

La zone géographique

Les produits du terroir diffèrent selon l'apparence des différentes zones géographiques, chaque zone géographique contient un produit spécifique

Les facteurs Naturels

Ils contiennent le climat, les matières premières, le relief qui sont des éléments importants.

Les produits de terroir



Les facteurs humains

L'homme est un facteur principal et cela grâce aux savoirs faire hérités et transférés. De ce fait, sans savoir-faire et sans connaissances, ces produits ne peuvent exister.

La tradition

L'histoire du produit, les modes de production et les savoirs faire donnent ainsi au produit de terroir une célébrité, une place dans les esprits des consommateurs



Introduction à la compétence

- Caractéristiques:

La sécurité
alimentaire

La fabrication
artisanale

Les produits de terroir

L'identité culturelle
et historique.

Moyens de
consommation
responsable

La typicité



Introduction à la compétence

Les produits de terroir



Pour quelle raison la valorisation et la promotion des produits de terroir est-elle importante ?



Introduction à la compétence

Les produits de terroir



- La demande croissante.
- Le développement économique local et national.
- La contribution significative dans le secteur touristique
- La durabilité.
- Conservation du patrimoine



Introduction à la compétence

- **Produits de terroir- Produits locaux -Produits régionaux - Produits traditionnels, Quelle relation et différence ?**

Les produits locaux

Les produits locaux sont définis en fonction de la proximité géographique de la production à la consommation.

Ils sont des produits cultivés, produits, commercialisés et consommés dans une zone relativement petite.

Les produits locaux sont associés à une qualité supérieure et sont considérés comme plus frais, plus nutritifs et plus savoureux que les autres produits. Cette qualité découle de la proximité géographique entre la production et la consommation



Introduction à la compétence

- **Produits de terroir- Produits locaux -Produits régionaux - Produits traditionnels, Quelle relation et différence ?**

Les produits régionaux

Sur une plus grande échelle, les produits régionaux peuvent être considérés comme des produits locaux qui peuvent parcourir de plus longues distances jusqu'au lieu de consommation final ou dériver de zones aux frontières plus larges.

La combinaison de ces facteurs humains, naturels et de production, qui sont liés à un emplacement spécifique, différencie les régions produites et leur confère des propriétés et des qualités organoleptiques difficiles à imiter.



Introduction à la compétence

- **Produits de terroir- Produits locaux -Produits régionaux - Produits traditionnaux, Quelle relation et différence ?**

Les produits traditionnels

Généralement le produit traditionnel est perçu comme un produit régulier lorsqu'il est en dehors de sa zone d'influence, de sa localité, de sa région ou de son pays, qui leur préserve automatiquement ses caractéristiques géographiques, humaines, sociales et même culturelles.

Le produit traditionnel est un héritage transmis de génération en génération, il est fabriqué selon une recette spécifique qui représente une identité culturelle, une image de marque de son lieu de naissance, ainsi qu'un catalyseur de promotion territoriale



03

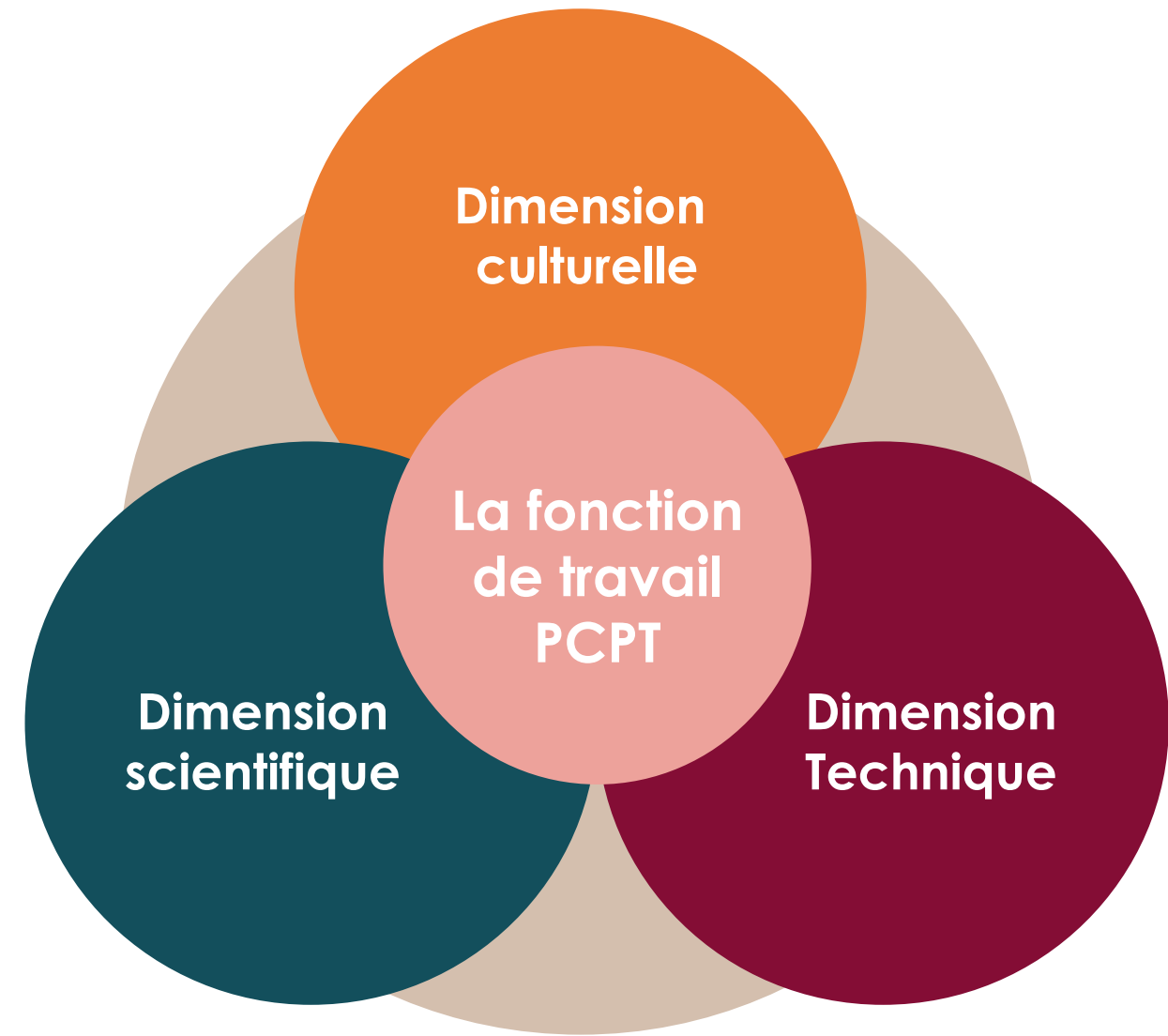
La fonction du travail de “Promotion et Commercialisation des Produits de Terroir”



La fonction de travail

- **La description de la fonction de travail de la Promotion et Commercialisation des Produits de Terroir:**

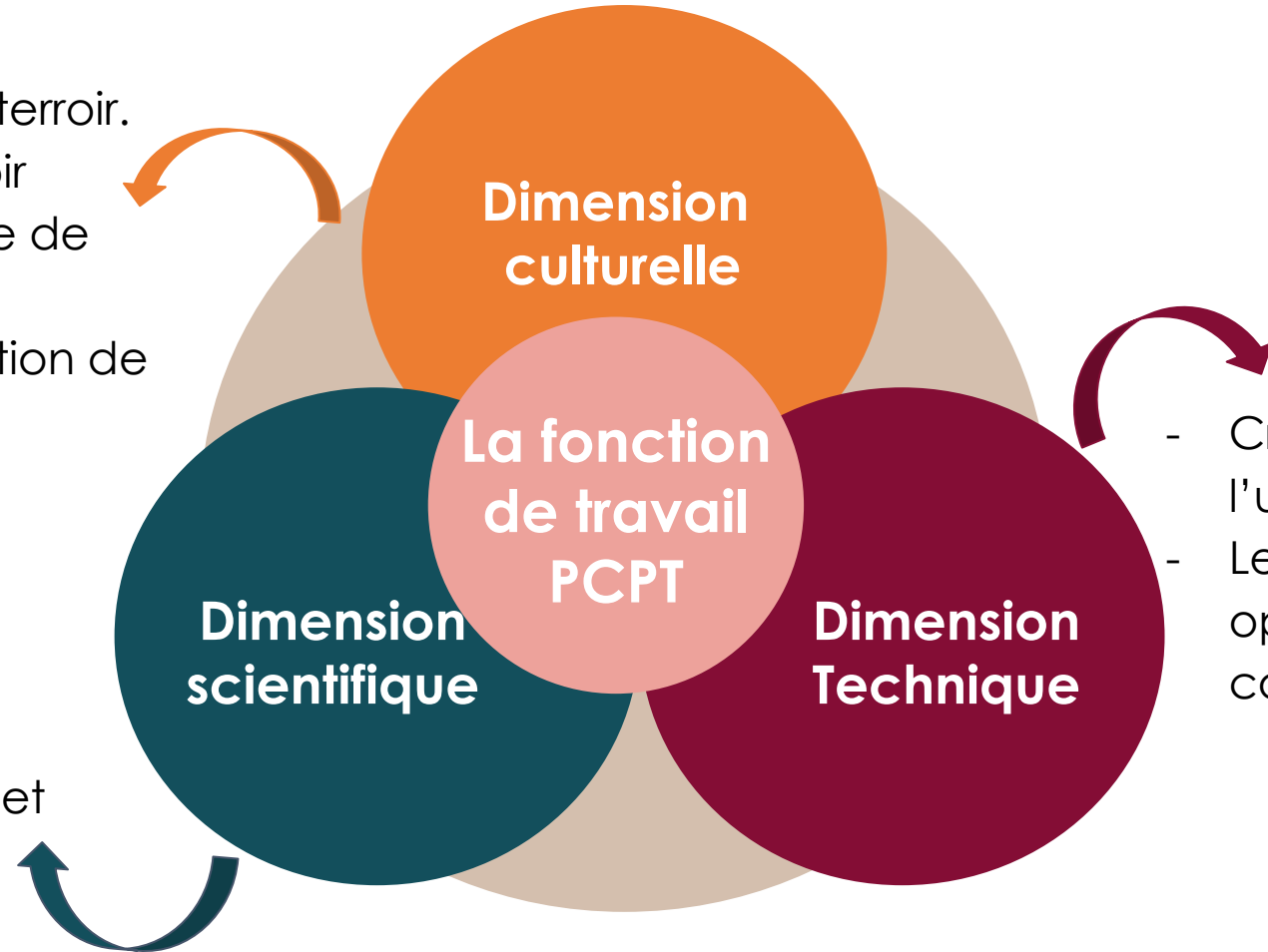
- La fonction de travail de “Promotion et Commercialisation des Produits de terroir” est une fonction complexe qui met en jeu trois dimensions de compétences interconnectées.
- Le schéma suivant le met en avant de manière adaptée.



La fonction de travail

- **La description de la fonction de travail de la Promotion et Commercialisation des Produits de Terroir:**

- Le concept des produits de terroir.
- Les caractéristiques du terroir marocain (spécificités, mode de production, etc)
- Les habitudes de consommation de la clientèle marocaine et internationale.
- L'environnement économique
- Les stratégies marketing et de commercialisation.
- démarche de labellisation.



- Création et gestion de l'unité commerciale.
- Le management opérationnel de l'unité commerciale



La fonction de travail

- Appellations courantes de la fonction du travail :

1 Conseiller de vente

2 Vendeur

3 Vendeur / Conseiller
e-commerce

4 Technico-commercial

5 Manager d'une unité
commerciale



La fonction de travail

- Les conditions d'entrée sur le marché du travail :

Parcours académique

- D'un niveau de qualification Bac + 2 dans des spécialités relatives à la promotion et la commercialisation des produits de terroir.

Le parcours professionnel

- D'une expérience professionnelle dans le domaine de la vente, le domaine des produits de terroir.



La fonction de travail

- **Les conditions d'exercice:**

La fonction de travail « Promotion et Commercialisation des produits du terroir » fait partie d'une famille de métiers ancrée dans le secteur agricole, agro-alimentaire, artisanal et plus précisément :

- ☐ Des entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés en produits du terroir.
- ☐ Des unités commerciales d'entreprises de production de produits du terroir.
- ☐ Des entreprises de commerce électronique.
- ☐ Des coopératives de production de produits du terroir.
- ☐ Des associations dont l'objet repose sur la distribution de produits du terroir.



La fonction de travail

- Les responsabilités de la fonction du travail :

01	Mettre en oeuvre la démarche de valorisation des produits de terroir.	<ul style="list-style-type: none">Démarche Marketing.Marketing digitalLes technique commerciaux
02	Développer la relation client et vente conseil dans le cadre de la promotion et la commercialisation des produits de terroir	<ul style="list-style-type: none">CRM / La communicationLes techniques de vente et de négociation.
03	Animer et dynamiser l'offre commerciale des produit de terroir.	<ul style="list-style-type: none">Les techniques du merchandising et d'e-merchandising.L'assortiment.
04	Assurer la gestion opérationnelle de l'unité commerciale de production et commercialisation des produits de terroir.	<ul style="list-style-type: none">Définir les prévisions de venteLa gestion du stockLa fixation de prix
05	Manager l'équipe commercial assurant la promotion et commercialisation des produits de terroir	<ul style="list-style-type: none">La gestion des conflitsLa communication interpersonnelle.Le leadership



La fonction de travail

- **Les horaires :**

Les horaires de travail sont variables en fonction du type d'entreprise (PME ou TPE agro-alimentaires artisanales, par exemple) et type de clientèle. Ils peuvent être associés aux horaires d'ouverture de l'unité commercialisant les produits du terroir (boutique par exemple).

La moyenne horaire constatée est de 40H par semaine. Le repos hebdomadaire est de 1 jour et demi en moyenne.



La fonction de travail

- **Les bases de recrutement :**

La rémunération mensuelle dépend de la taille de l'établissement et de ses revenus en fonction de la demande de la clientèle. A la suite de la collecte de données, les salaires peuvent dépasser 10 000 DH/ mois pour un commercial junior avec une expérience moyenne de 4 à 6 ans. Un pourcentage en bonus peut être octroyé.



La fonction de travail

- **Les critères de sélection :**

La sélection de responsables en « Promotion et Commercialisation des produits du terroir » est conditionnée à la disposition des aptitudes suivantes :

- **Les aptitudes incontournables.**
- **L'organisation.**
- **Les relations interpersonnelles.**
- **La communication.**
- **Les conditions physiques.**



La fonction de travail

Les aptitudes incontournables

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">★ Ponctualité.★ Dynamisme.★ Développer une vision marketing stratégique à long terme du secteur des produits de terroir basée sur une capacité d'analyse et de synthèse.★ Mettre en place une planification intégrant les enjeux du secteur des produits de la commercialisation des produits du terroir.★ Capacité à se positionner au sein de l'entreprise en identifiant son rôle.★ Capacité à respecter les consignes. | <ul style="list-style-type: none">★ Sens de l'observation.★ Sens de l'initiative.★ Leadership.★ Polyvalence.★ Patience.★ Persévérance.★ Honnêteté.★ Sens des responsabilités.★ Capacité d'adaptation.★ Capacité à travailler en équipe. |
|---|--|



La fonction de travail

→ L'organisation :

Bon sens de l'organisation.

Capacité à respecter les
délais.

Capacité à prioriser les
missions.

Aptitude à la planification
des tâches.

Aptitude à répartir les
tâches.

Capacité à travailler de
manière efficace et rapide.



La fonction de travail

→ Les relations interpersonnelles :

Capacité à répondre aux attentes d'un groupe.

Capacité à s'adapter aux différences culturelles.

Capacité à identifier les difficultés et à y remédier.

Facilité à travailler avec différents types de clientèle et d'employés.

Facilité à accepter les points de vue différents.



La fonction de travail

→ La communication :

**Capacité à communiquer
avec bienveillance.**

**Facilité à synthétiser et
transmettre l'information.**

**Facilité à engendrer la
communication.**

**Facilité à l'expression orale et
en public.**

**Capacité à répondre rapidement
aux besoins de la clientèle.**



La fonction de travail

→ Les conditions physiques:

Bonne résistance à la station
debout

Bonne forme physique.

Bonne endurance.

Capacités à travailler sur des
horaires variables



La fonction de travail

→ Connaissances indispensables :

Connaissances générales	Connaissances disciplinaires
<ul style="list-style-type: none">- Communication et expression à une ou plusieurs langues.- Technologies de l'Information et de la Communication.- Connaissances des normes qualités, environnement.	<ul style="list-style-type: none">- Gestion et Management.- Marketing.- Entrepreneuriat et pilotage de l'unité commerciale- Sociologie de la consommation.- Sciences et vie de la Terre.



04

Capitalisation et évaluation

