



centre
interprofessionnel
de formation
des commerces
de l'alimentation

Programme de Formation
Mention Complémentaire - Vendeur conseil en alimentation
Parcours Epicerie qualitative

<u>Public</u>	Tout public
<u>Prérequis</u>	Titulaire d'un diplôme de Niveau 3 (CAP EPC ou diplôme ou titre d'un niveau comparable)
<u>Objectifs</u>	Le titulaire de la mention complémentaire "Vendeur-conseil en alimentation" exerce son activité au sein d'un espace de vente alimentaire. Il s'inscrit dans une démarche commerciale active dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité sanitaire des denrées et des préparations alimentaires.
<u>Durée</u>	400 heures (soit 50 journées en centre)
<u>Type d'action</u>	Acquisition des compétences – Formation continue – Formation en alternance Formation externe inter ou intra entreprise
<u>Effectifs</u>	10 stagiaires minimum / 15 stagiaires maximum
<u>Validation</u>	Mises en situation professionnelle Epreuves ponctuelles « sujets nationaux »
<u>Certification</u>	MC5- Vendeur-conseil en alimentation Certificateur : Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse <u>Inscription RNCP</u> sous le n°37105
<u>Blocs de compétence</u>	Bloc 1 : Valoriser l'offre de produits alimentaires dans le cadre d'une démarche qualité Bloc 2 : Mettre en œuvre, personnaliser et développer la relation client
<u>Equivalence</u>	Diplôme de niveau 3
<u>VAE</u>	Formation accessible par la Validation des Acquis de l'Expérience
<u>Passerelle</u>	CQP Vendeur conseil – CAP Crémier fromager – CAP Primeur
<u>Suite de parcours</u>	Bac professionnel MCV – CQP Vendeur conseil spécialisé en alimentation
<u>Débouchés</u>	Le/la titulaire de la mention complémentaire « Vendeur-conseil en alimentation » exerce son activité au sein d'un espace de vente alimentaire de proximité, sédentaire ou non sédentaire, disposant ou pas d'un atelier de fabrication.
<u>Programme</u>	Voir annexe 1 (détail et volume horaire)
<u>Ressources et modalités pédagogiques</u>	Le CIFCA dispose de magasins pédagogiques, d'un laboratoire de préparation, de chambres froides, de cellules d'affinage, d'un quai de réception et de salles de cours théoriques. Face à face pédagogique / Découverte Filière / Mise en situation pratique Supports théoriques remis aux stagiaires Formateurs spécialisés dans le domaine des vins, alcools et spiritueux
<u>Modalités d'accès</u>	Lieux de formation : CIFCA - 14, rue des Fillettes – 75018 Paris CIFCA – 200 avenue des Etats Unis – 31200 Toulouse Le lieu est aménagé pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes à mobilité réduite. (www.agefiph.fr ; www.capemploi75.fr)



Programme de Formation
Mention Complémentaire - spécialité – Vendeur-conseil en alimentation
 Parcours Epicerie qualitative

Annexe 1 : (1/4)

BLOC 1 : VALORISER L'OFFRE DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LE CADRE D'UNE DEMARCHE QUALITE (1/2)		
Approvisionner en produits alimentaires (1/2)		Nb H
Les familles de produits et les produits	Les produits de bases : farines, levures, produits laitiers, œufs, ovoproduits, sucre, chocolat, sel, épices, aromates, condiments fruits et légumes Les grandes familles de produits alimentaires et les principaux produits par famille : Produits de la boulangerie-vienniserie Produits de la pâtisserie, chocolaterie, glacerie, confiserie Produits de la boucherie, gibiers et volailles Produits de la charcuterie-traiteur Produits de la poissonnerie Fruits et légumes Alcools et autres boissons Produits d'épicerie Fromages, produits de la crèmerie Les périodes de production et de récolte selon les zones géographiques, la saisonnalité Les principales caractéristiques des produits (variétés, types, catégories, calibres, morceaux) Les appellations, les labels Les spécialités locales	144
La dimension nutritionnelle des produits alimentaires	Les caractéristiques nutritionnelles des différents groupes d'aliments (fruits et légumes, produits céréaliers-féculents, produits laitiers, viande-poissons-œufs, produits gras, produits sucrés, boissons) La nature des constituants alimentaires : les glucides, les protides, les lipides, les minéraux, les fibres, l'eau	24
L'hygiène et la sécurité sanitaires des denrées et des préparations	La réglementation en vigueur Les services du contrôle sanitaire Le principe de la marche en avant Les micro-organismes : condition de vie et multiplication L'altération des aliments ; causes, mesures d'hygiènes, mode et durées de conservations des aliments Les règles de températures de stockage des aliments La chaîne du froid La traçabilité des produits Les toxi-infections alimentaires	12
La démarche qualité	Les principes, les objectifs et les enjeux La responsabilité sociétale de l'entreprise	12
L'inventaire physique quotidien	Les objectifs et enjeux de l'inventaire physique quotidien Les moyens et outils pour réaliser l'inventaire physique Les outils de suivi de stocks	
La démarque	Les outils de suivi de la démarque	
Les différentes sources d'approvisionnement	Les différents circuits de distribution en lien avec la politique du point de vente	
Le contrôle quantitatif et qualitatif des denrées alimentaires reçues	Le contrôle quantitatif des produits reçus Les protocoles de contrôle qualitatif à la réception Les critères organoleptiques de fraîcheur et/ou stades de maturation spécifiques aux principaux produits alimentaires	

Programme de Formation
Mention Complémentaire - spécialité – Vendeur-conseil en alimentation
 Parcours Epicerie qualitative

Annexe 1 : (2/4)

BLOC 1 : VALORISER L'OFFRE DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LE CADRE D'UNE DEMARCHE QUALITE (2/2)		
Approvisionner en produits alimentaires (2/2)		Nb H
Le stockage	Les normes appliquées au stockage Les techniques de conservation des aliments et préparations Les lieux et les équipements de conservation des aliments La prévention des risques liés à l'activation physique	12
La rotation des stocks	Les stages de maturation et de fraîcheur Les règles de rotation des produits	
La gestion des déchets et des consignes	La réglementation en matière de gestion des déchets et des invendus Les bio déchets Le tri sélectif Les circuits de valorisation des déchets Les consignes et déconsignes	
L'hygiène du personnel	L'hygiène corporelle, les éléments de la tenue professionnelle et leurs justifications Les différentes étapes du lavage hygiénique des mains et leurs justifications	16
Les locaux, les équipements et les matériels alimentaires	Les différents locaux Les différents équipements alimentaires Les matériels, outils et fournitures de pesage, découpage, tranchage et détaillage. Les matériels, fournitures et accessoires d'emballage et de conditionnement.	
L'organisation de l'espace de travail	Les protocoles de vérification du bon fonctionnement des équipements	
L'entretien des locaux	Les techniques d'entretien des locaux, des équipements et des matériels Les produits et les différents types de produits d'entretien Les règles de rangement des produits d'entretien Les documents de contrôle à présenter : documents de traçabilités, d'autocontrôle, protocoles de nettoyage	
Les risques professionnels, les moyens de prévention et de protection	Les risques liés à l'activité physique et leurs moyens de prévention et de protection dans le point de vente	
Mettre en valeur l'offre		
Nb H		Nb H
Les soins appliqués au produit	Les principaux soins possibles en fonction des caractéristiques des produits alimentaires	24
Les techniques simples de préparation	Les pratiques de découpes et préparations adaptées aux produits dans les conditions d'hygiène requises	
Les supports de communication et l'étiquetage des produits	Les éléments d'identification du produit L'étiquetage et la réglementation / La certification de la qualité L'affichage des prix TVA, prix HT, prix TTC, , calculs commerciaux Les différents types de supports de communication	8
Les règles d'implantation des produits alimentaires	Le merchandising Les règles et spécificités d'implantation liées à l'activité	20
L'information et la publicité sur le lieu de vente	Les rôles respectifs de l'ILV et de la PLV Les supports, et les principes de merchandising adaptés	
La présentation, la théâtralisation de l'offre	Les principaux mobiliers de stockage, de présentation et de vente La théâtralisation de l'offre Les animations ou promotions selon la saisonnalité	
La qualité organoleptiques des produits présentés	Les procédés et techniques de maintien de l'état de fraîcheur du produit L'altération des aliments	
BLOC 1	Volume horaire total	272

Programme de Formation
Mention Complémentaire - spécialité – Vendeur-conseil en alimentation
 Parcours Epicerie qualitative

Annexe 1 : (3/4)

BLOC 2 : METTRE EN ŒUVRE, PERSONNALISER ET DEVELOPPER LA RELATION CLIENT		
Conseiller et vendre		Nb H
La communication professionnelle	Les enjeux de la communication La communication écrite et orale Les supports visuels, audiovisuels et numériques Les modalités de diffusion de l'information	8
Le profil des clients	Les nouvelles tendances d'achat Les comportements d'achat Les besoins, les attentes, les freins Les phases de la vente	4
L'accueil, l'écoute et l'accompagnement du client	Les étapes de la vente La prise en charge du client / La découverte du client La reformulation et l'orientation du client Le traitement des objections La conclusion de l'entretien de vente L'auto-évaluation d'une prestation de vente	8
Les techniques d'argumentation	L'argumentaire de vente La fiche produit Les caractéristiques techniques et commerciales des produits alimentaire Les équivalences alimentaires Les services associés aux produits alimentaires Les services complémentaires à l'offre de produits	16
La prise de commande	La procédure à suivre lors d'une prise de commande L'analyse des besoins La confirmation de la commande	4
Les techniques de vente	La communication verbale et non verbale La clientèle (segmentation, profil, comportement à l'achat...) Servir un client étranger (mise en situation, lexique anglais) Simulations de situations de vente	24
Les services aux clients	Les différentes catégories de services (services de base, services liés et services différenciateurs) La structure de l'offre de services du point de vente La mise en place et l'évaluation d'un service	4
L'encaissement	Les différents types de paiement Le ticket de caisse Le rendu monnaie Les procédures de tenue de caisse (ouverture, suivi et clôture) Les règles et bonnes pratiques de la tenue de caisse	4
Développer l'activité commerciale et fidéliser		Nb H
Le marché des produits alimentaires	L'offre - La demande L'environnement économique et concurrentiel	4
Les facteurs d'ambiance	Les différents facteurs d'ambiance du point de vente physique Les facteurs d'atmosphère des espaces numériques de communication	4
Les animations du point de vente	L'organisation de l'offre Produits Les opérations de promotions et d'événements commerciaux La réalisation d'une animation Les techniques d'animation et de mise en avant des produits	16
La fidélisation des clients	L'évaluation de la satisfaction de la clientèle Les enjeux de la fidélisation et la gestion de la relation client Les outils de la fidélisation Le système d'information commerciale et le traitement des données dans le respect du RGPD Les indicateurs de mesure de la fidélisation et évaluation des performances	8
Les réclamations	Les modalités de traitement des réclamations	4
La communication commerciale digitale	Les différents canaux de la communication digitale et leurs spécificités	4
BLOC 2	Volume horaire total	116

Programme de Formation
Mention Complémentaire - spécialité – Vendeur-conseil en alimentation
Parcours Epicerie qualitative

VOLUME HORAIRE FORMATION		Nb H
Accueil		4
Bloc 1 : Valorisation de l'offre de produits alimentaires dans le cadre d'une démarche qualité		272
Bloc : : Mise en œuvre, personnalisation et développement de la relation client		116
Bilans de formation		8
	VOLUME HORAIRE TOTAL	400