SESSION 2018
Métropole - Antilles - Guyane - Réunion

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
EPREUVE 5
CHOIX TECHNIQUES
TECHNICIEN CONSEIL VENTE ALIMENTATION

Toutes options

Durée : 150 minutes

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Aucun**

Le sujet comporte 7 pages

NB : Les documents sont modifiés pour les besoins de l'épreuve

---

Liste des documents

DOCUMENT 1 : Le marché de la truite

DOCUMENT 2 : Fiche nutritionnelle

DOCUMENT 3 : Les poissonniers Delmas

DOCUMENT 4 : Information produit pavé de truite

DOCUMENT 5 : Extrait du guide de préparation et cuisson des poissons d'eau douce

Le candidat s'appuie pour développer son argumentation sur ses connaissances personnelles et sur les informations présentées dans les documents.

SUJET

RAYON MARÉE LIBRE SERVICE : LA TRUITE

Vous êtes en stage dans l'hypermarché Auchan à Pau (Pyrénées-Atlantiques).
Vous êtes affecté(e) au rayon marée. Votre responsable de rayon, Monsieur Roger, constate une baisse des ventes en libre service. Il veut profiter de l'initiative du Comité Interprofessionnel des Produits de l'Aquaculture, qui lance une campagne de promotion pour animer son rayon marée et augmenter le trafic clients.

PARTIE 1 : LE MARCHÉ DE LA TRUITE
(Documents 1 et 2)

Dans le cadre de cette opération, votre maître de stage voudrait mettre en avant la truite en libre - service. En vous appuyant sur les **documents 1 et 2** :

1.1. Présenter les évolutions du marché de la truite.

1.2. Identifier les raisons commerciales et nutritionnelles de l'évolution de la consommation de truites.

PARTIE 2 : LES POISSONNIERS DELMAS
(Documents 3 et 4)

« Les poissonniers Delmas » est un nouveau fournisseur des magasins Auchan. Cette entreprise commercialise des truites au naturel et transformées. Monsieur Roger a rendez–vous avec un représentant de l'entreprise, il vous invite à assister à l'entretien.
À partir de la documentation laissée par le commercial, il vous demande d'étudier l'offre, le changement de packaging et le choix de l'emballage connecté.

L'offre :

2.1. Identifier le critère de segmentation de l'offre des « poissonniers Delmas ».

2.2. Analyser la pertinence de l'offre de ce fournisseur du point de vue du consommateur.

2.3. Présenter les opportunités pour le magasin de proposer ces produits.

Le changement de packaging :

2.4. Présenter deux avantages de ce packaging, l'un d'un point de vue technique, et l'autre d'un point de vue commercial.

Le choix d'un emballage connecté :

2.5. Montrer deux intérêts pour les clients de disposer d'un QR code sur les produits.

2.6. Discuter de la pertinence de proposer des produits innovants (QR code) pour le rayon.

PARTIE 3 : OPÉRATIONS COMMERCIALES A L'HYPERMARCHÉ DE PAU
(Documents 4 et 5)

Plusieurs produits ont été référencés, dont les **pavés de truite au basilic et thym**. Dans le cadre de la campagne promotionnelle d'accompagnement, Monsieur Roger souhaite mettre en place deux actions commerciales : une promotion et une dégustation.

Une promotion :

3.1. Proposer une technique de promotion pour cette nouvelle référence et justifier votre choix.

Une dégustation :

Votre maître de stage vous demande de connaître le produit avant de le faire déguster en répondant aux questions suivantes :

3.2. Présenter deux avantages de la cuisson en papillote spéciale barbecue.

3.3. Décrire la qualité organoleptique du produit cuit de cette façon.

3.4. La fiche « informations produit » (**document 4**) mentionne la possibilité d'ajouter des légumes frais. Présenter les intérêts nutritionnels de ce conseil.

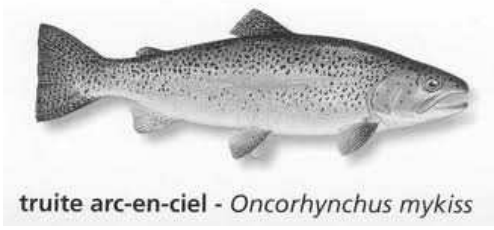
3.5. Identifier trois dangers sanitaires possibles lors de la dégustation en magasin.

3.6. Proposer le lieu de la dégustation, les jours et horaires. Justifier.

3.7. Lister les informations à faire figurer sur une affiche pour annoncer la dégustation.

DOCUMENT 1

LE MARCHÉ DE LA TRUITE



truite arc-en-ciel - *Oncorhynchus mykiss*

…La truite est la quatrième espèce consommée par les ménages français derrière le lieu noir. Depuis dix ans, la production de truites est en hausse de 50 % et elle atteint maintenant 32 200 tonnes. Si la consommation de truites fraîches augmente, c'est aussi le cas pour la truite fumée et même transformée (source : FranceAgriMer 2015).

Selon FranceAgriMer, cette augmentation est à mettre en parallèle avec la baisse de la consommation du saumon sur le territoire français. Depuis 2009, la truite, qu'elle soit fraîche, fumée ou transformée, connaît les plus fortes hausses en termes de consommation. De ce fait, la France est aujourd'hui le deuxième producteur européen de truites élevées en eau douce et la truite fait partie du top 5 des poissons consommés régulièrement par les Français (source : Comité interprofessionnel des produits de l'aquaculture)…

La truite française… (extrait)
Agriculture.gouv.fr, Alim'agri 20/12/2016© *Xavier Remongin / Min.Agri.Fr*

… Les consommateurs boudent le saumon

Il y a principalement 2 raisons à ce désamour. D'abord, l'augmentation du prix, due à une forte demande mondiale : le cours moyen est passé de 12,20 €/kg en 2012 à 14,90 €/kg en 2014. Ensuite, les informations alarmantes sur le mode de production intensif des fermes norvégiennes, l'usage d'insecticides contre le pou de mer, celui d'antibiotiques. Depuis un an, les distributeurs remplacent le saumon d'élevage norvégien par l'écossais et l'irlandais. Les poissonneries continuent de vendre les meilleures qualités : saumon d'élevage écossais label Rouge, bio, français, sauvage d'Écosse et, le plus estimé, le saumon sauvage de l'Adour (seulement au printemps).

La truite d'élevage, l'alternative française au saumon

La truite d'élevage connaît, elle aussi, un gros succès, dans toutes ses déclinaisons : pavé, filet, portion, fumée, rillettes, œufs. La filière française produit 32 200 tonnes de truites par an…

… Les trois quarts des élevages ont signé une charte de qualité

La truite a de nombreux atouts. N'ayant pas de poux de mer, elle n'est pas traitée avec des insecticides, offre une bonne teneur en oméga 3 et présente des garanties de traçabilité. De plus, son prix est attractif : selon FranceAgriMer, elle coûte, en moyenne, 11,90 €/kg, contre 14,90 € pour le saumon et 14,20 € pour le cabillaud. Enfin, les truites consommées en France proviennent, en majorité, de pisciculteurs engagés dans la charte « qualité-aquaculture de nos régions » : « Elle implique l'aval et l'amont de la filière. 75 % des élevages sont signataires et contrôlés par des organismes tiers », précise Marine Levadoux, directrice du Comité interprofessionnel des produits de l'aquaculture (CIPA). La charte concerne l'état sanitaire, la teneur en matières grasses et en oméga 3, mais aussi le bien-être, l'alimentation et l'environnement des poissons. Elle garantit ainsi que les aliments des truites sont fabriqués en France, ne contiennent ni organismes génétiquement modifiés (OGM), ni farines animales…

Décryptage : cabillaud et truite sont plébiscités par les français (extrait)
Le figaro.fr, Novembre 2015
Auteur : Marise SARGIS

DOCUMENT 2

FICHE NUTRITIONNELLE
Teneurs pour 100 grammes d'aliment comestible
Truite arc-en-ciel, élevage, cuite à la vapeur

Nom constituant	Teneur moyenne
Énergie (kJ/100g)	493
Énergie (kcal/100g)	117
Eau (g/100g)	75
Protéines (g/100g)	20
Glucides (g/100g)	traces
Lipides (g/100g)	4,14
AG saturés (g/100g)	0,86
AG mono-insaturés (g/100g)	1,4
AG poly-insaturés (g/100g)	1,46
Cuivre (mg/100g)	0,03
Iode (µg/100g)	8
Manganèse (mg/100g)	0,027
Zinc (mg/100g)	0,56

Extrait de https://pro.anses.fr/tableciqual/

DOCUMENT 3

LES POISSONNIERS DELMAS

Rachetée par le groupe coopératif MVVH-Delpeyrat en 2012, notre société commercialise ses produits sous la marque Les Poissonniers Delmas. Elle ambitionne de s'imposer au rayon marée libre-service grâce à un nouveau positionnement et des innovations.
Notre société profite également de ce changement de nom pour se doter d'un nouveau logo.

Notre offre :
Déjà présente dans les rayons en carpaccio et en filet, la truite des Pyrénées va se décliner en pavé et en tartare à partir de ce printemps.
Les recettes ont aussi été revues en supprimant les poissons en sauce, les injections de saumure et les conservateurs.
Vous trouverez au rayon traiteur libre-service de nouveaux produits répondant aux nouveaux usages : « prêts à cuire »**,** « faciles à cuisiner » ou « prêts à déguster »**…**
Nous proposons :
- une gamme permanente (disponible à l'année) : 12 produits,
- des gammes saisonnières : les poissons de l'été (disponible de juin à septembre) : 3 produits, les recettes de fête (disponible de novembre à décembre) : 4 produits.

Notre plus :
Les emballages ont été refaits afin de privilégier l'usage, la praticité et la traçabilité, notamment à l'aide d'informations disponibles à partir d'un QR code. En flashant le QR code, vos clients pourront découvrir les principales étapes de pêche, d'élevage, de transformation ainsi que des conseils de préparation et des idées recettes.
Delmas a abandonné les barquettes en polystyrène au profit de barquettes transparentes qui mettent mieux en valeur le produit.



DOCUMENT 4

INFORMATION PRODUIT PAVÉ DE TRUITE

Description : Pavés de truite Arc-en-Ciel, chair rose, aromatisés au basilic et au thym
Nom scientifique : *Oncorhynchus mykiss*
Zone de pêche : Elevé en France
Poids net : 250 g
Prix : 5,90 € soit 23,6 €/Kg
Gamme de conservation : prêt à cuire, conditionné sous atmosphère modifiée
Durabilité : DLC de 3 jours
Conditions de conservation : à conserver à +2°C
Distributeur : LES POISSONNIERS DELMAS
21 route de Taller
40 260 CASTETS
05 58 56 68 68
Commentaires : Deux pavés de Truite pauvres en arêtes, simplement saupoudrés de thym et de basilic pour des saveurs ensoleillées ! La papillote, spécial barbecue ou plancha, est fournie pour un moelleux inratable ! Élevées dans une ferme certifiée sur les contreforts des Pyrénées, les Truites sont nourries sans OGM ni antibiotiques, simplement avec de l'huile, de la farine de poisson (la truite est carnivore !) et des farines végétales.

Placer les pavés dans leur papillote. Ajouter éventuellement des légumes frais. Replier la papillote pour la refermer. Poser le côté aluminium sur la source de chaleur (barbecue ou plancha). Laisser cuire une dizaine de minutes.
Savourez un poisson cuit au barbecue, mais tendre et juteux !!

Document conçu pour l'épreuve d'après http://www.lespoissonniersdelmas.fr/

DOCUMENT 5

EXTRAIT DU GUIDE DE PRÉPARATION ET CUISSON DES POISSONS D'EAU DOUCE

POISSON CUIT À L'ÉTOUFFÉE
Il s'agit d'une des méthodes les plus pratiques pour cuire le poisson, que ce soit au four, sur un feu de camp ou au barbecue. Cette méthode convient à toutes les formes de poisson, grands ou petits, qu'ils soient entiers et nettoyés, parés, en filets ou en darnes. La cuisson à l'étouffée combine la cuisson au four et la cuisson à la vapeur. Le poisson préparé est enveloppé dans du papier d'aluminium (papillote) ou placé dans un plat couvert. L'humidité naturelle du poisson crée la vapeur qui permet au poisson de cuire et qui ne peut pas s'échapper du paquet bien scellé. Les poissons peuvent être assaisonnés ou farcis d'un mélange de pain ou d'un choix de légumes émincés (poivrons verts, oignons, céleri, etc.). Les poissons de petite taille, les darnes ou les filets, peuvent être assaisonnés de sel, de poivre ou d'herbes, par exemple de basilic, de thym, d'estragon ou d'aneth.

Direction du développement des pêches maritimes, Ministère des Pêches et des Océans,
Institut des eaux douces Winnipeg (Canada) ; 1984

GRILLE D'ÉVALUATION CRITÉRIÉE

C5.1 : Présenter les caractéristiques scientifiques et technologiques des produits
C5.2 : Adapter le conseil aux attentes du client en prenant en compte les évolutions sociétales
C5.3 : Prendre en compte la politique mercatique de l'entreprise

QUESTIONS	CRITÈRES	INDICATEURS de RÉPONSE	BARÈME
Première partie : Le marché de la truite			
1.1	Présentation des évolutions du marché	3 données chiffrées	**/1,5**
1.2	Identification des raisons de l'évolution de la consommation de truite	2 raisons commerciales et *2* raisons nutritionnelles	**/2**
Deuxième partie : Les poissonniers Delmas			
2.1	Analyse de l'adaptation de l'offre	Un critère de segmentation identifié	**/1**
2.2		2 éléments explicatifs de la pertinence de l'offre pour le consommateur	**/1**
2.3		2 opportunités pour le magasin	**/1**
2.4	Présentation des avantages du packaging	1 avantage commercial 1 avantage technique	**/2**
2.5	Analyse de l'intérêt d'un emballage connecté	2 intérêts pour le client explicités	**/1**
2.6		2 intérêts pour le magasin explicités	**/1**
Troisième partie : Opérations commerciales à l'hypermarché de Pau			
3.1	Proposition d'une promotion	Une technique de promotion citée et justifiée	**/1**
3.2	Présentation d'un mode de consommation	2 avantages du mode de cuisson explicités	**/1**
3.3		4 caractéristiques de la qualité organoleptique relevées	**/2**
3.4		3 éléments pertinents justifiant l'apport des légumes	**/1,5**
3.5	Présentation de dangers sanitaires	3 dangers nommés et illustrés par 3 exemples	**/1,5**
3.6	Proposition du lieu de la dégustation, des jours, des horaires	Pour chaque élément : une proposition justifiée	**/1,5**
3.7	Liste des informations annonçant la dégustation	4 éléments pertinents indiqués	**/1**
		TOTAL	**/20**