

<b>Module</b>	<b>Vente directe</b>
<b>Pré-requis</b>	Culture générale de niveau secondaire II
<b>Compétence</b>	Les candidates constituent un assortiment de produits de la ferme provenant de leur propre production ou transformation et démontrent comment réussir leur commercialisation.
<b>Contrôle de la compétence</b>	180 minutes écrit Etude de cas sous forme d'une esquisse de projet. L'étude comprend en outre un calcul de prix et une déclaration pour un produit destiné à la vente.
<b>Niveau</b>	3 (examen professionnel)
<b>Objectifs d'apprentissage</b>	Les candidates <ul style="list-style-type: none"><li>• réalisent l'étude de marché d'un produit</li><li>• composent un assortiment de produits de la ferme</li><li>• appliquent les prescriptions légales</li><li>• appliquent les directives et les outils de l'autocontrôle</li><li>• calculent les coûts de production et de commercialisation</li><li>• fixent les prix des produits pour la commercialisation, en tenant compte du marché</li><li>• présentent et emballent leurs produits de manière attractive</li><li>• expliquent comment communiquer avec les clients et appliquent ces principes</li><li>• évaluent des mesures de promotion de leurs produits</li></ul>
<b>Certification</b>	La compétence certifiée est reconnue en tant que qualification partielle pour l'obtention du brevet fédéral de paysanne
<b>Durée de validité pour le prestataire</b>	4 ans dès la date d'enregistrement
<b>Prestataires</b>	Centres de formation et de conseil en agriculture et en

économie familiale

**Forme de l'offre**

Séminaires (cours blocs), cours à la journée ou cours du soir

**Contenu**

- Législation : autocontrôle, loi sur les denrées alimentaires, déclaration des produits, autorisations, aménagement du territoire, loi sur les horaires d'ouverture des commerces
- Exigences en matière de locaux de transformation (contraintes légales et techniques)
- Présentation des marchandises (créativité, aménagement de magasin)
- Emballage (hygiène, décoration, déclaration, prix)
- Promotion (organisation, canaux d'information)
- Entretien de vente, gestion des réclamations
- Mesures de fidélisation
- Calcul et fixation des prix
- Calcul de rentabilité des investissements
- Analyse de marché (modes, concurrence, analyse des forces et des faiblesses)
- Collaboration avec des organisations de commercialisation et de label
- Canaux de distribution
- Introduction au travail de projet (planification et esquisse)

**Durée**

40 heures, réparties en environ 30 heures (40 leçons de 45') de participation aux cours et min. 10 heures d'étude sur le plan personnel

**Validité**

6 ans à dater de la certification

## Objectifs / compétences

Les personnes ayant suivi le module ...	Cpro	Cmé	Cper	Csoc
1. ...effectuent l'analyse de marché d'un produit (C4)	x	x	x	
2. ... composent un assortiment de marchandises à partir des produits de la ferme (C6)	x	x	x	x
3. ...appliquent les prescriptions légales (C3)	x	x		
4. ... appliquent les directives et les outils de l'autocontrôle (C3)	x	x	x	
5. ...calculent les coûts de production et de commercialisation (C3)	x	x		
6. ... fixent les prix des produits pour la commercialisation, en tenant compte du marché (C4)	x	x	x	
7. ...présentent et emballent leurs produits de manière attractive (C3)	x	x		
8. ... expliquent les règles de la communication avec les clients et les appliquent (C2 & C3)	x			x
9. ...évaluent des mesures de promotion de leurs produits (C6)	x		x	