

**COMMUNICATION
SUJET 1**

Le SUPERMARCHÉ de la PLAGÉ à GRANVILLE (50) soucieux de satisfaire ses clients a décidé de créer un stand "informations". Vous êtes chargé(e) d'animer ce stand. Vous devez vous documenter et être capable de donner aux clients des renseignements qu'ils vous demandent sur les produits alimentaires.

Aujourd'hui une documentation sur le lait vous est remise (annexes 1, 2, 3 et 4)

Une cliente accompagnée d'un enfant 8 ans vous demande de :

- la conseiller sur l'utilité du lait dans l'alimentation d'un enfant,
- les quantités à consommer chaque jour,
- lui indiquer comment :
 - l'introduire dans l'alimentation en dehors du traditionnel verre de lait,
 - conserver ce produit.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/5	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°1		EP1.2 - Communication professionnelle

Lait

Le lait si vous va bien



On vous le dit depuis votre plus jeune âge : le lait est votre ami pour la vie ! C'est lui qui assure la croissance et l'équilibre alimentaire. Il apporte la plupart des éléments indispensables à la vie : de l'eau ; des sucres et des matières grasses, pour l'énergie et le bon fonctionnement des muscles et du cerveau ; des protéines pour bâtir l'organisme ; des vitamines et des sels minéraux, pour son équilibre ; et beaucoup de calcium, pour les os et pour les dents. A tout moment de la journée, nature ou aromatisé, en boisson ou dans une recette, le lait est l'aliment de votre santé et de votre plaisir !

Un verre de lait, c'est quoi ?

En volume
c'est 250 ml de lait
qui apportent :

- 220 g d'eau,
- 12 g de glucides,
- 9 g de lipides,
- 8 g de protéines,
- 2250 mg d'éléments minéraux dont 300 mg de calcium, et des vitamines.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
SUJET 1	Page 2/5	EP1.2 - Communication professionnelle

Les atouts du lait

Le calcium

L'atout maître ! Nécessaire à la croissance et à la solidité des os tout au long de la vie, le calcium du lait est particulièrement bien assimilé par l'organisme. Le lait est une des principales sources de calcium. Qu'il soit entier ou écrémé : il en contient 200 mg par litre. Selon l'âge, un demi-litre de lait apporte 50 à 100% du calcium dont on a besoin.

Les protéines

Sans protéines, pas de vie ! Ce sont les constituants de base de tous les tissus humains. Le lait en apporte 32 g par litre, et pas n'importe lesquelles ! Comme elles contiennent la plupart des acides aminés indispensables, ces protéines sont de très bonne qualité nutritionnelle. Et «économiques» en plus, car le lait n'est pas cher !

Les vitamines

Le lait en est un excellent «fournisseur». Quand il est entier, il contient de la vitamine A (utile pour bien grandir, bien voir et résister aux infections...) et de la vitamine D (qui favorise l'absorption du calcium). Ecrémé ou non, il apporte aussi de grandes quantités de vitamines B2 et B12, nécessaires à la bonne utilisation des aliments et à l'activité de l'organisme.

En pratique :

Chacun pour soi

Les quantités de lait recommandées chaque jour pour assurer un apport satisfaisant en calcium varient selon les âges et les situations :

Enfants : 1/2 litre

Adolescents : 3/4 à 1 litre

Adultes : 1/2 litre

Femmes enceintes ou qui allaitent : 3/4 litre

Personnes âgées : 3/4 à 1 litre

Comment consommer plus de lait ?

- Au fast-food, préférez le lait au soda. Pourquoi pas un milk-shake comme dessert ?
- Si vous buvez du thé ou du café, ajoutez un gros nuage de lait.
- Les parents peuvent penser aux gratins, purées, soufflés, crêpes, flans et entremets... Utilisez du lait dans les recettes qui demandent de l'eau : soupes et sauces seront plus veloutées, plats cuisinés et desserts plus onctueux...
- On dit aussi que le soir, un bon verre de lait chaud aide à bien dormir.

Comment le conserver ?

- Lait cru : un jour au réfrigérateur. Le faire bouillir avant consommation.
- Lait frais pasteurisé : en emballage fermé, 7 jours au réfrigérateur ; une fois ouvert, 2 jours seulement.
- Lait stérilisé ou UHT : plusieurs mois en emballage fermé ; une fois ouvert, 3 jours maximum au réfrigérateur. Inutile de faire bouillir le lait pasteurisé, stérilisé ou UHT.



FINANCÉ AVEC
LE CONCOURS
DE LA COMMUNAUTÉ
EUROPÉENNE



CENTRE
DE RECHERCHE
ET D'INFORMATION
NUTRITIONNELLES

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T 4	Page 3/5	EP1.2 - Communication professionnelle

Le lait boire utile

Enfants

Nature, chocolaté, fruité... les enfants de 1 à 9 ans doivent boire au moins un demi-litre de lait par jour pour avoir les 600 à 700 mg de calcium dont ils ont besoin. Le lait est aussi nécessaire pour grandir ! Pour la récré et le goûter, pensez aux briques de lait dans le cartable !

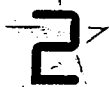
Adolescents

Pour se construire des os solides, deux conditions : de l'exercice physique et au moins 1200 mg de calcium chaque jour. Toutes les occasions sont donc bonnes pour boire du lait : à chaque repas bien sûr, mais aussi avant et après le sport ou le travail scolaire.



Le café au lait est-il bien toléré ?

Oui. Sinon ça se saurait, et il n'y aurait pas tous les matins des millions de Français à consommer un petit crème. Certaines personnes peuvent ressentir quelques « pesanteurs » après avoir bu du café au lait. C'est une question de tolérance individuelle. Mais en aucun cas, le mélange lait-café n'est toxique.



Le lait ou le soda, c'est pareil ?

Non. Un verre de lait demi-écrémé (250 ml) apporte à peu près autant de calories qu'un verre de soda (110 kcal). C'est bien tout ce qu'ils ont en commun. Le lait est plein de calcium, de protéines, de vitamines ; le soda plein de sucre...



Y-a-t-il un inconvénient à faire chauffer le lait au micro-ondes ?

Non. Faire chauffer le lait au four à micro-ondes ne modifie pas ses qualités nutritionnelles et est absolument sans danger pour l'organisme. La seule précaution à prendre est de toujours vérifier la température du lait, qui peut-être beaucoup plus chaud que le biberon ou le bol.



Le jus de soja peut-il remplacer le lait ?

Non. Il a la couleur et l'aspect du lait, mais ce n'est pas du lait ! Il contient 2 à 6 fois moins de calcium que le lait. D'ailleurs la loi interdit de parler de « lait de soja » : on doit dire « tonyu » ou plus simplement jus de soja.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
SUJET A	Page 4/5	EP1.2 - Communication professionnelle

Adultes

Pour consolider et entretenir les os, il faut encore et toujours du calcium : environ 900 mg par jour. Le lait peut être ajouté au café ou au thé à tout moment de la journée. Comme boisson fraîche il est aussi très désaltérant après un jogging, une partie de tennis...

Femmes enceintes

Pendant la grossesse ou l'allaitement, la mère a besoin de plus de protéines, de vitamines et de calcium (1200 à 1500 mg par jour). C'est l'occasion de multiplier les recettes à base de lait : potages, purées de légumes, sauce béchamel, flan...

Sportifs

Pour se rehydrater et régénérer ses muscles, le sportif a besoin d'eau et de protéines de bonne qualité. Le lait est la boisson idéale. Après l'effort, un grand verre de lait permet de récupérer et aussi d'emmagasiner de l'énergie et du calcium.

Personnes âgées

Pour les personnes âgées qui souvent mangent moins de viande et boivent trop peu, il est recommandé de boire «utile» : le lait apporte de l'eau et d'excellentes protéines bon marché. Par ses apports en calcium, il contribue aussi à limiter l'ostéoporose, cette fragilité des os responsable de fractures.

Le lait est-il réservé aux enfants ?

Non. On a toujours besoin de protéines, de calcium et de vitamines pour construire ou pour entretenir son organisme. Il faut boire du lait à tous les âges de la vie (au moins 1/2 l par jour).



Le lait est-il indigeste ?

Non. Chaud ou froid, le lait n'est pas indigeste. Toutefois, certaines personnes intolérantes au sucre du lait (le lactose) peuvent ressentir quelques troubles digestifs quand elles en boivent trop. On leur conseille alors de le consommer par petites quantités ou sous forme de yaourts, fromages ou encore dans les purées, gratins...

Peut-on remplacer le lait par d'autres produits laitiers ?

Oui. Si vous ne buvez pas de lait, mangez-en : laits fermentés, yaourts, fromages, desserts lactés. On trouve autant de calcium (soit 300 mg) dans un bol de lait que dans 2 yaourts, 300 g de fromage blanc, 80 g de fromage type camembert ou 30 à 40 g de fromage type gruyère.



Le lait est-il bon pour les dents ?

Oui. Le lait et les produits laitiers contiennent du calcium, du phosphore et de la vitamine D, tous les éléments qui aident à avoir de belles et bonnes dents.

ACADEMIE DE CAEN		BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires	
SUJET 4	Page 5/5	EP1.2 - Communication professionnelle	

CONSIGNES AU JURY SUJET 1

Vous êtes une cliente du supermarché accompagnée d'un enfant, et vous demander des conseils sur le lait.

Vous posez à l'élève l'ensemble les question du sujet afin de le guider.

L'élève doit être capable de se rappeler :

1° Utilité du lait dans l'alimentation d'un enfant :

↳ le lait assure la croissance et l'équilibre alimentaire, il apporte la plupart des éléments indispensables à la vie : eau, sucre, matières grasses, protéines, vitamines, sels minéraux et calcium.

2° Chaque jour un enfant de 8 ans doit en consommer 1/2 litre

3° a) Introduction dans l'alimentation : *aromatisé, yaourts, fromages, laits fermentés, dans la cuisine : gratins, purées, soufflés, crêpes, flans et entremets, utiliser le lait dans les recettes qui demandent de l'eau (soupes, sauces, plats cuisinés...), penser au verre de lait au coucher et à la brique de lait dans le cartable. Rappeler qu'au fast-food un verre de lait est meilleur qu'un soda et penser au milk-shake.*

b) Conservation :

↳ lait cru : un jour au réfrigérateur et le faire bouillir ;

↳ lait frais pasteurisé : en emballage fermé, 7 j au réfrigérateur, une fois ouvert, 2 jours seulement ;

↳ lait stérilisé ou UHT : plusieurs mois en emballage fermé, une fois ouvert, 3 jours maximum au réfrigérateur.

Inutile de faire bouillir le lait pasteurisé, stérilisé ou UHT.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/1	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
CONSIGNES AU JURY SUJET 1		EP1.2 - Communication professionnelle

**COMMUNICATION
SUJET 2**

Le SUPERMARCHÉ de la PLAGE à GRANVILLE (50) soucieux de satisfaire ses clients a décidé de créer un stand "informations". Vous êtes chargé(e) d'animer ce stand. Vous devez vous documenter et être capable de donner aux clients des renseignements qu'ils vous demandent sur les produits alimentaires.

Aujourd'hui une documentation sur la coquille Saint-Jacques vous est remise (annexes 1 et 2)

Une cliente qui n'a pas l'habitude d'utiliser ce produit vous demande :

- de lui indiquer les régions de pêche et la période à laquelle on trouve ce produit,
- la différence entre les coquilles St-jacques et les pétoncles,
- ce que la coquille St Jacques nous apporte sur le plan diététique,
- elle reçoit 12 personnes (c'est le plat principal), indiquez-lui :
 - la quantité à prévoir (nombre et poids approximatif),
 - comment les conserver,
 - quelques idées pour les cuisiner.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/3	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°2		EP1.2 - Communication professionnelle



Lionel Flaque

Pour mieux la connaître

■ C'est un animal hermaphrodite, qui se nourrit de phytoplancton et qui apprécie les fonds de graviers et de sable. Son organisme reproducteur (le corail) est à la fois mâle (la partie blanc ivoire) et femelle (la partie rouge orangée). Les



La coquille Saint-Jacques

coquilles pondent en mai-juin puis en septembre, émettant tout d'abord les gamètes mâles puis, après 2 à 3 jours, les gamètes femelles. La reproduction se fait dans la masse d'eau.

■ Après 3 semaines de vie planctonique, la future coquille se fixe sur le fond avec un byssus, qu'elle perd au bout d'un mois en prenant sa forme définitive. Peu aventureuse, elle pourra, si aucun danger particulier ne la fait se propulser ailleurs, demeurer au même endroit de nombreuses années. La coquille pourrait vivre jusqu'à 20 ans voire plus !

■ Large de 0,5 cm à l'âge de 3 semaines, elle connaît une croissance spectaculaire dans les 3 premières années de sa vie, pouvant à ce stade atteindre 10 à 11 cm en Manche Ouest, 12 à 14 cm en Manche Est. Regardez bien la coquille : l'âge se décompte, comme pour les arbres, en comptant les stries et renflements plus colorés.

■ Très réglementée par les pêcheurs eux-mêmes, la pêche de la coquille se déroule uniquement d'octobre à mai.

■ A elle seule, la Normandie représente les 2/3 des 15 000 tonnes de coquilles Saint-Jacques pêchées en France, soit une pêche de 10 000 tonnes. Avec un littoral de 470 km, la Basse-Normandie ouvre sur un vaste territoire de pêche qui va de Granville jusqu'à Honfleur, en passant par Barfleur.

■ La coquille Saint-Jacques y a élu domicile, appréciant semble-t-il la qualité du milieu : température de l'eau, richesse du plancton, nature des fonds. Ainsi, la coquille Saint-Jacques de Baie de Seine (zone comprise entre Barfleur et Antifer), la « reine des coquilles », est-elle de manière générale, plus grosse, plus « sucrée », plus « goûteuse » disent les pêcheurs, et plus corallée que celle de Manche Ouest. Elle a également une pousse plus rapide puisqu'elle est mature à 2 ans.

La Saint-Jacques et son faux frère

■ La « véritable » coquille Saint-Jacques, celle que l'on pêche sur toutes les côtes françaises et

tout particulièrement au large de la Manche et du Calvados, porte le joli nom latin de « pecten maximus ».

■ Il y a peu, cohabitaient, sous deux appellations bien distinctes, les coquilles Saint-Jacques et les pétoncles. Tel est toujours le cas pour les coquillages vivants et entiers. Ce n'est plus le cas pour les produits transformés, c'est-à-dire les noix vendues congelées, en conserve, ou sous forme de plats cuisinés. Tous les pectinidés doivent désormais s'appeler « Saint-Jacques », mais dans cette confusion possible, le nom scientifique de l'espèce et le pays d'origine du coquillage figureront dans l'étiquetage.

■ Ainsi le Chili, le Pérou, le Canada exportent-ils de gros pétoncles corallés, qui peuvent faire illusion. Mais ce sont là deux produits différents, deux réalités gustatives différentes.

■ Regardez par exemple le catalogue de telle société de surgelés : sous la même annonce « Noix de Saint-Jacques France », le complément latin « Chlamys opercularis » et « Pecten maximus » explique la différence de prix : les pre-

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°2	Page 2/3	EP1.2 - Communication professionnelle

La coquille Saint-Jacques est diététique

100 g de noix de coquille Saint-Jacques apportent en moyenne :

- 78 kcal
- de 75 à 80 g d'eau
- 15 à 20 g de protéines
- moins d'1 g de lipides
- de 3 à 4 g de glucides
- 350 à 400 mg de potassium
- 200 mg de phosphore
- 150 mg de sodium
- 50 mg de magnésium
- 35 g de calcium
- 1,2 mg de fer
- 0,03 mg de vitamines B1
- 0,08 mg de vitamines B2
- 1,4 mg de vitamines B12
- 1,5 mg de vitamines PP

mières sont bien moins chères que les secondes... Autant savoir ce que l'on achète.

Un coquillage revitalisant

■ Source de protéines, de vitamines, notamment du groupe B, de sels minéraux et d'oligo-éléments, la coquille Saint-Jacques est un aliment particulièrement diététique.

■ Pauvre en graisses, moins de 2 %, elle se prête de bonne grâce à toutes les créations gastronomiques des plus simples aux plus élaborées. Une portion de 100 g de noix de coquilles crues apporte environ 78 kcal. Lorsqu'elles sont cuites l'apport représente 106 kcal... L'ensemble de ces caractéristiques nutritionnelles place la coquille Saint-Jacques au premier rang des produits sains et équilibrés. Elle est particulièrement recommandée pour revitaliser notre forme et notre tonus.

Bien les choisir

■ L'idéal est de les acheter vivantes, dans une coquille lourde et bien fermée (5 à 6 au kilo). Certaines coquilles sont commercialisées corallées, d'autres non. Cette différence s'explique par la période de reproduction qui varie selon la région d'origine des coquilles.

■ Une coquille ouverte doit se refermer vivement en claquant dès qu'on la touche. Lorsque vous achetez des coquilles entières, choisissez plutôt les petites coquilles car la taille du muscle intérieur n'est pas proportionnelle à l'importance de la coquille calcaire. Préférez les coquilles non sableuses ou non vaseuses. A l'état frais, les coquilles décortiquées en noix doivent avoir une coloration blanc cassé, avec des reflets irisés.

Comment les ouvrir ?

■ Il faut se munir d'un torchon et d'un couteau à lame solide et pointue. Déposer le coquillage

sur le torchon, côté plat sur le dessus, et les prendre dans l'une des mains. Avec la pointe du couteau, chercher l'ouverture qui se situe entre les deux parties de la coquille (valves). Enfoncer la lame à fond pour bien sectionner le muscle. Faire alors pivoter le couteau pour séparer les deux valves.

■ Glisser ensuite la lame sous les barbes grises et frangées, puis sous la noix (muscle blanc) et la sectionner. Retirer toute la chair, couper les barbes et les jeter ainsi que la poche noire pour ne conserver que la noix et le corail. Les laver soigneusement à grande eau, sans les laisser tremper, afin d'en éliminer tout le sable puis les essuyer sur un papier absorbant avant de les cuisiner...

Comment les conserver ?

■ Pour bien conserver les coquilles Saint-Jacques, il faut les poser sur leur côté bombé et les placer dans un endroit frais et aéré entre 5 et 15 °C, à l'abri du soleil. Elles se conserveront vivantes 2 à 3 jours. Si vous souhaitez les congeler, les chefs conseillent de les décoquiller en conservant noix et corail après les avoir lavés (jet d'eau très doux). Pour une entrée, on prévoira 2 coquilles par personne. Pour un plat principal, selon la recette, il en faudra 3 à 4 par personne.

Comment les cuisiner ?

■ Natures, poêlées, marinées, pochées dans un court-bouillon, escalopées, en brochettes... les recettes de coquille Saint-Jacques sont nombreuses et variées, aussi savoureuses les unes que les autres. Toutefois la chair naturellement parfumée et fondante révélera véritablement la finesse de son suc, dégustée crue, marinée ou à peine cuite...

■ En entrée, les faire mariner une petite heure dans le jus d'un citron vert, d'un citron jaune,

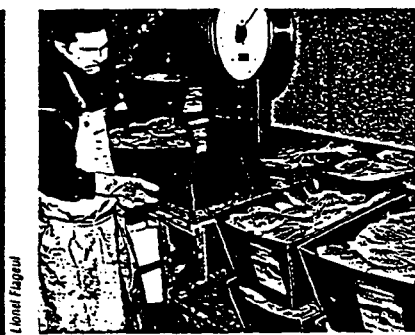
d'une orange et d'un demi-pamplemousse. Les parfumer ensuite d'une pointe de gingembre râpé et les servir sur un fond de salade de mâche avec une tranche de chaque agrume délicatement épluchée et quelques fines tranches d'avocat. Arroser le tout d'un filet d'huile d'olive. Parsemer de baies roses, de fines herbes et de quelques grains de fleur de sel de Guérande : c'est un régal pour les yeux et pour les gourmets...

■ Cuite, elle sera simplement pochée une minute dans un court-bouillon d'algues auquel ont été ajoutées les barbes de la coquille, ou, finement escalopée, elle sera risolée 30 secondes, pas plus, de chaque côté, dans un beurre au sel simplement fondu. Les servir ensuite accompagnées d'une poêlée de giroles fraîches, d'une fondue de poireau ou de quelques endives braisées légèrement sucrées, de fonds d'artichauts frais escalopés, d'une purée de potiron ou de châtaignes, là aussi légèrement sucrée...

■ Ces recettes très raffinées, mais simples et rapides à réaliser, remplacent avantageusement la coquille Saint-Jacques d'antan, trop cuite, noyée dans une sauce béchamel avec des champignons de Paris et des quenelles, puis parsemée de chapelure...

Documentation : Offiner - Normandie Fraicheur Mer.

■ Danielle Beauregard



ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
SUJET N°2	Page 3/3	EP1.2 - Communication professionnelle

**CONSIGNES AU JURY
SUJET 2**

Vous êtes une cliente du supermarché vous ne connaissez les coquilles Saint-Jacques que de nom, vous désirez approfondir votre connaissance du produit et l'utiliser pour recevoir 12 personnes.

Vous posez à l'élève l'ensemble les question du sujet afin de le guider.

L'élève doit être capable de vous indiquer :

1° Les 2/3 des coquilles sont pêchées en Normandie de Granville à Honfleur en passant par Barfleur, l'une des plus appréciée est celle de "Baie de Seine" car elle a plus de corail.

2° La pétoncle est plus petite et moins fine que la coquille St Jacques. Il y a souvent confusion entre ces deux produits, dans la vente en surgelés, car les pétoncles d'Amérique sont plus gros.

3° Source de protéines, de vitamines, notamment du groupe B, de sels minéraux et d'oligoéléments, la coquille St Jacques est particulièrement diététique. C'est un produit pauvre en graisse. Elle est particulièrement recommandée pour revitaliser notre forme et notre tonus.

4° a) Comme plat principal, il faut prévoir 3 à 4 coquilles par personnes, soit 36 à 48, ce qui représente 6 à 8 kg.

b) Pour bien conserver les coquilles, il faut les poser sur leur côté bombé et les placer dans un endroit frais et aéré entre 5 et 15°, à l'abri du soleil. Elles se conserveront vivantes 2 à 3 jours. Si la conservation doit être plus longue, il est préférable de congeler le produit après l'avoir légèrement lavé.

c) De nombreuses préparations sont possibles : natures, poêlées, marinées, pochées dans un court bouillon, escalopées, en brochettes, etc, elles peuvent être accompagnées de salades, de pommes, de légumes divers.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/1	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Ditribution et commercialisation des produits alimentaires
CONSIGNES AU JURY SUJET 2		EP1.2 - Communication professionnelle

COMMUNICATION SUJET 3

Le SUPERMARCHÉ LECLERC à GRANVILLE (50) soucieux de satisfaire ses clients a décidé de créer un stand "informations". Vous êtes chargé(e) d'animer ce stand. Vous devez vous documenter et être capable de donner aux clients des renseignements qu'ils vous demandent sur les produits alimentaires.

Aujourd'hui une documentation sur les champagnes vous est remise. (annexes 1, 2, 3 et 4)

Une cliente qui n'a pas l'habitude d'utiliser ce produit vous demande :

- de lui indiquer quelques régions de production,**
- de l'aider à relire les deux étiquettes de champagne,**
- de lui donner des conseils pour la dégustation du champagne.**

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/5	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°3		EP1.2 - Communication professionnelle

Informations complémentaires pour la lecture des étiquettes de bouteilles de Champagne

Signification des petites lettres figurant au bas des étiquettes :

RC : Récoltant Coopérateur (il livre ses récoltes à une coopérative et reprend les vins en cours d'élaboration ou prêts à être commercialisés.

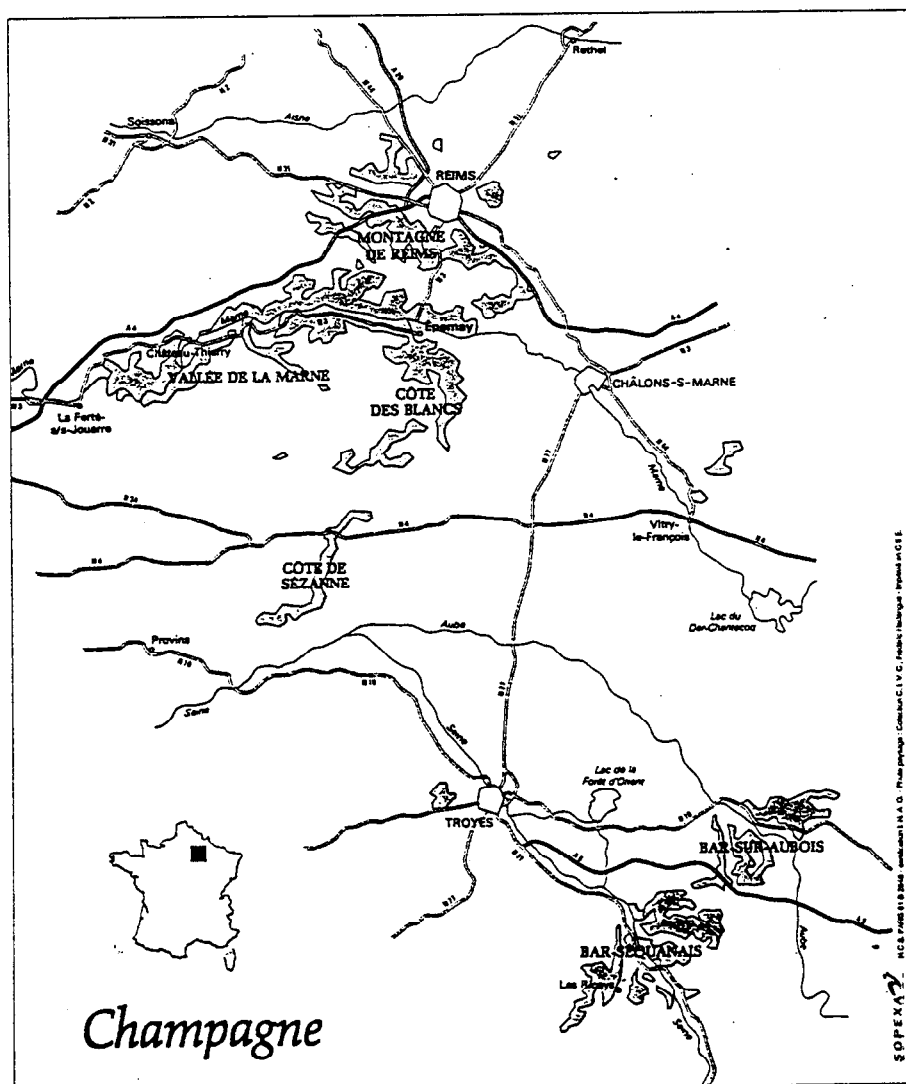
CM : Coopérative de Manipulation (elle élabore dans ses locaux et commercialise sous sa propre marque les vins provenant des raisins récoltés par ses adhérents)

NM : Négociant Manipulant (c'est une personne physique ou morale qui achète des raisins, des moûts ou des vins et qui assure leur élaboration dans ses locaux)

RM : Récoltant Manipulant (il assure l'élaboration dans ses locaux des seuls vins issus de sa récolte)

ND : Négociant Distributeur (il achète des vins en bouteilles terminées, mais non habillées, sur lesquelles il appose sa marque et sa propre étiquette)

Localisation des régions de production du Champagne



ACADEMIE DE CAEN		BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires	
SUJET N°3	Page 2/5	EP1.2 - Communication professionnelle	



CHAMPAGNE



MIGNON-DESSIÈRES & FILS

BRUT
CUVÉE DE RÉSERVE

Venteuil
(MARNE)

37,5cl

R.M. 11.988



TAITTINGER
Comtes de Champagne

MILLÉSIME

BRUT
CHAMPAGNE
ELABORÉ PAR TAITTINGER, REIMS FRANCE

1988

PRODUCE OF FRANCE

REIMS
BLANC de BLANCS
MA-162-004

750ml e

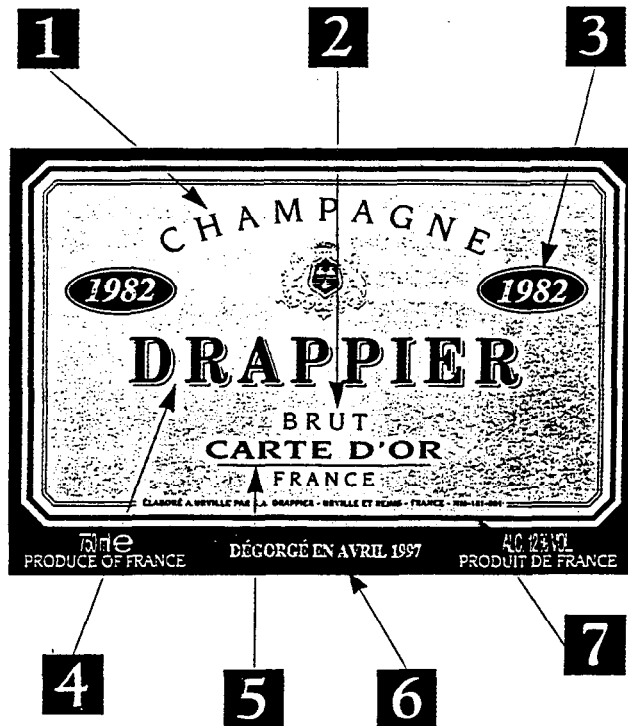
12% vol

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
SUJET N°3	Page 3/5	EP1.2 - Communication professionnelle

SAVOIR LIRE UNE ETIQUETTE DE CHAMPAGNE

- 1 - **Champagne** : Il s'agit de l'appellation d'origine contrôlée, dont la mention est bien entendu obligatoire et garantit la provenance et le mode d'élaboration du contenu de la bouteille.
- 2 - **Brut** : cette mention détermine la catégorie de champagne. Le brut doit ainsi contenir moins de 15 grammes de sucre par litre.
- 3 - **1982** : Il s'agit du millésime de la récolte. Ce vin a été élaboré uniquement à partir de raisins récoltés lors des vendanges 1982.
- 4 - **Drappier** : nom de la maison qui commercialise cette cuvée.
- 5 - **Carte d'or** : nom de la cuvée proprement dite, inspirée par sa robe dorée due à l'assemblage harmonieux des trois cépages champenois.
- 6 - **Dégorgé en avril 1997** : cette petite ligne en apparence anodine nous apprend que ce champagne, stocké en cave depuis près de 15 ans, a été dégorgé très récemment et a donc retrouvé pour quelques mois toute la fraîcheur de sa jeunesse, sans rien perdre de sa complexité aromatique. Sa présence sur l'étiquette montre bien la volonté de cette maison d'informer au mieux ses clients.
- 7 - **NM 181 001** : ceci est le numéro d'immatriculation de la Maison Drappier qui lui a été délivré par le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne. Les lettres "NM" indiquent tout simplement son appartenance à la prestigieuse catégorie des Négociants-Manipulants.

Vins Magazine



ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
SUJET N°3	Page 4/5	EP) 2 - Communication professionnelle

LA DEGUSTATION DU CHAMPAGNE

Plutôt que de parler des caractères aromatiques des différents vins produits par la Champagne, nous allons parler de l'art de servir le champagne dans les meilleures conditions.

- La première condition est de le servir à la bonne température. Elle se situe entre 6 et 8° C. Les blancs de blancs sont merveilleux vers 6° C, les blancs de noirs se plaisent vers 8° C, voire 9° C, leur charpente supportant mal une température trop basse.

Pour arriver à cette température, placer la bouteille au réfrigérateur, ou mieux dans un seau à glace rempli à parts égales d'eau et de glaçons. Eviter les chocs thermiques trop forts (congélateur par exemple).

- Quand votre bouteille est à température, commencez par ôter l'habillage du bouchon. Défaites le muselet en prenant soin de retenir le bouchon. Il arrive quelquefois que celui-ci parte sans aucun effort. Dans ce cas, il se peut que le bouchon soit desséché, surtout si la bouteille est restée longtemps debout ou si cette dernière est restée stockée durant des années. Mais ce ne sont que des suppositions.

Otez aussi la petite capsule métallique se trouvant sur le haut du bouchon. Inclinez alors la bouteille à 45°. Tenez fermement le bouchon d'une main et, de l'autre, tournez la bouteille d'un côté et de l'autre. Quand vous sentez le bouchon partir, freinez-le pour que le gaz ne s'échappe pas de façon bruyante. Il doit s'échapper avec un léger sifflement. C'est élégant et plus agréable à l'oreille, tout en évitant souvent un épanchement du précieux liquide.

- Dernier point auquel il faut avoir pensé à l'avance : le verre.

Si l'on utilisait jadis des coupes à champagne, les amateurs avertis, de nos jours, préfèrent l'usage de la flûte, élégante, élancée, comme le produit qu'elle va contenir, de préférence haute sur pied.

Les progrès en vinification ont permis d'élaborer des vins plus fins et plus élégants qu'autrefois. A cette époque, on utilisait la coupe qui, en laissant partir beaucoup d'arômes, éliminait également les éventuels arrière-goûts indésirables.

La flûte en forme de tulipe est idéale pour emprisonner et concentrer les arômes quelquefois très fugaces du vin.

Vins de France

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°3	Page 5/5	EP1.2 - Communication professionnelle

**CONSIGNES AU JURY
SUJET 3**

Vous êtes une cliente du supermarché. Vous souhaitez recueillir quelques renseignements sur le champagne.

Vous posez à l'élève l'ensemble les question du sujet afin de le guider.

L'élève doit être capable de :

vous indiquer quelques régions de production,

- *Région de Reims : Montagne de Reims,*
- *Région d'Epernay : Côte des blancs*
- *Région de Château-Thierry : Vallée de la Marne*
- *Région Est de Troyes : Bar-sur-Aubois et Bar-Séquanais.*

vous aider à relire les deux étiquettes de champagne,

- Etiquette MIGNON-DESSIERES :

Champagne brut (moins de 15 g de sucre par Litre), commercialisé par Mignon-Dessières à Venteuil (région de production), RM 11.968 : Récoltant manipulant (il assure l'élaboration dans ses locaux des seuls vins issus de sa récolte), bouteille de 37,5 cl.

- Etiquette TAITTINGER :

Champagne brut, commercialisé par Taittinger à Reims, année 1988, cuvée : Comtes de Champagne, bouteille de 75 cl, NM Négociant manipulant (personne physique ou morale qui achète des raisins, des moûts ou des vins et qui assure leur élaboration dans ses locaux) 162-004 (numéro d'immatriculation)

de vous donner des conseils pour la dégustation du champagne.

- le servir à bonne température (entre 6 et 8°) en plaçant la bouteille au réfrigérateur ou dans un seau à glace rempli d'eau et de glaçons. Eviter les chocs thermiques (congélateur).

- ôter l'habillage du bouchon, le muselet, la capsule métallique du bouchon, inclinez la bouteille à 45°, laisser le gaz s'échapper avec un léger sifflement

- utiliser des flûtes plus élégantes que les coupes, elles emprisonnent et concentrent les arômes.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/1	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Ditribution et commercialisation des produits alimentaires
CONSIGNES AU JURY SUJET 3		EP1.2 - Communication professionnelle

**COMMUNICATION
SUJET 4**

En stage au rayon Fruits et Légumes du Supermarché "ECO", votre chef de rayon vous a demandé de prendre connaissance d'une documentation sur l'ENDIVE (annexes 1, 2 et 3).

Il sera en stage les vendredis et samedis du mois d'avril, il devra vous laisser l'entière responsabilité du rayon. Avant de partir, il vous demande de lui rappeler :

☞ les attitudes à avoir avec ce produit :

- à la réception,
- à la mise en rayon,
- durant la journée,
- à la fermeture.

☞ les conditions de mise en rayon :

- place,
- linéaire accordé,
- choix de la présentation (peu de personnel chez ECO),

Justifiez vos choix.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/4	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°4		EP1.2 - Communication professionnelle

PROPOSEZ A LA VENTE UN PRODUIT IRREPROCHABLE

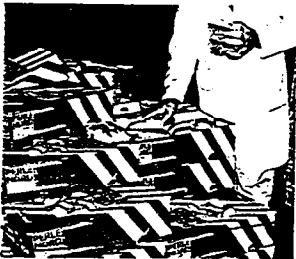
1. Critères d'achat (si vous achetez en voyant le chicon).

Choisissez des chicons propres, à feuilles croquantes, fermes, crissantes, bien serrées, de couleur blanc nacré (une légère coloration jaune des bordures de feuille est souhaitable), avec un collet blanc à légèrement rosé, signe de bonne cicatrisation.



2. Critères de réception.

- Les endives doivent être *homogènes* en calibre et coloration.
- Ouvrez les colis et contrôlez que les chicons correspondent bien à la *catégorie indiquée sur l'emballage*.
- Vérifiez qu'il n'y a pas d'endive desséchée ou pourrie dans le fond du colis.



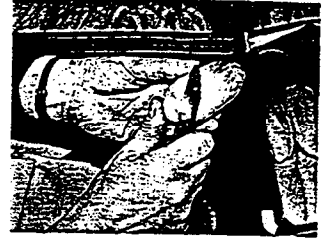
• Attention : *l'endive craint le gel* qui provoque la décoloration de ses feuilles. Par grand froid surtout ne la laissez jamais « traîner » sur le quai de réception (elles deviennent transparentes et marbrées). Vérifiez que le transport s'est effectué dans de bonnes

conditions ($T^{\circ} < 8^{\circ}C$) puis stockez immédiatement au frigo (température à $8^{\circ}C$).

3. Soins à la mise en rayon.

- Présentez les *endives de resserre* (les endives invendues de la veille rentrées au frigo) sur les endives reçues le jour même.

- Effectuez un *parage* si nécessaire : ôtez les feuilles verdies du pourtour et recoupez le collet.



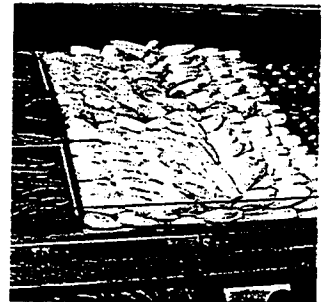
- Vérifiez alors que les endives ainsi préparées correspondent bien à la *catégorie indiquée* sur votre ardoise de marquage ; au besoin déclassez le produit (ex. de Extra en I).
- Pour éviter une resserre trop importante, préjudiciable à la qualité, contrôlez vos ventes et établissez vos *commandes à partir du cadencier*.

4. Soins durant la journée.

- Préférez un *réapprovisionnement plus fréquent* de l'endive à un facing trop important en rayon. En été, notamment, l'endive est fragilisée par la luminosité (verdissement) et la chaleur (dessiccation) qui règnent dans beaucoup de points de vente. *Conservée au frigo*, elle sera amenée en rayon au fur et à mesure de la demande.

- Si votre point de vente ferme pendant l'heure du repas, *pensez à couvrir les endives* pour éviter qu'elles verdissent.

- *Surveillez votre présentation*; elle doit toujours être attractive. Pour cela ôtez les endives impropres à la vente, les emballages vides et rangez les chicons déplacés par vos clients.



5. Soins à la fermeture.

Reconditionnez les quelques endives invendues et portez les colis dans la *chambre froide*.

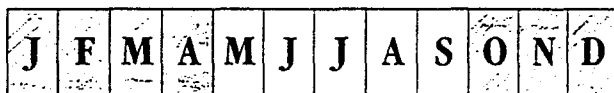
ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°4	Page 2/4	EP1.2 - Communication professionnelle

VALORISEZ L'ENDIVE DANS VOS LINEAIRES

Il existe deux périodes de consommation différentes :

- d'octobre à avril : c'est la période d'abondance qui entraîne un merchandising d'optimisation,
- de mai à septembre : c'est la période de présence qui réclame un merchandising de séduction.

1. LA PERIODE D'ABONDANCE (OCTOBRE A AVRIL).



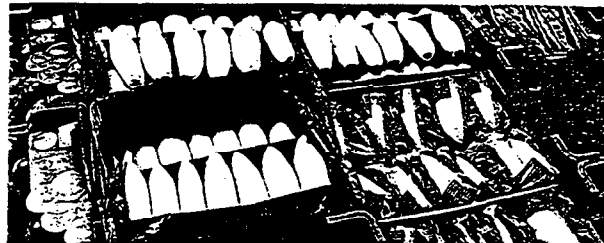
La demande est forte et votre assortiment endive est prêt à la satisfaire. Optimisez vos résultats par un merchandising adapté*.

• Où placer l'endive :

- elle doit être visible dès l'entrée dans le rayon pour évoquer la saison et favoriser les achats d'impulsion.
- les références seront réparties entre l'univers des légumes à cuire, et celui des salades et des crudités.

* techniques d'implantation, de présentation et de communication clientèle.

- améliorez l'attractivité de vos linéaires en jouant sur les couleurs. Vous alternerez vos références endives avec les autres légumes.



• Combien lui accorder de linéaires :

- Des précautions sont à prendre. Il faut tout à la fois :

* assurer la visibilité de chacune de vos références et tenir compte des emballages utilisés pour la présentation (emballages cartons 40/30 cm ou 60/40, caisse bois 50/30 et caisse plastique fruits et légumes 60/40); d'où les facings moyens proposés ci-dessous.

* adapter les linéaires à la consommation du moment considéré (début de campagne - pleine campagne - fin de campagne).

* adapter les linéaires au jour de forte fréquentation (par exemple les vendredis et samedis). Tenir compte également des opérations de mise en avant et d'animation.

* respecter les caractéristiques physiques et physiologiques de l'endive en lui évitant les surprésentations dans les linéaires, nuisibles à sa qualité, donc à ses ventes (au moins 3 rotations par jour sont à prévoir).

LINÉAIRE ENDIVE PRÉCONISÉ PAR TYPE DE POINT DE VENTE :	LINEAIRE ENDIVE (total, en mètres)		
	début de campagne	pleine campagne	fin de campagne
Spécialiste traditionnel	0,60 à 1 m	0,80 à 1,20 m	0,60 à 0,80 m
Spécialiste servez-vous	1 à 1,20 m	1,20 à 1,50 m	0,90 à 1,20 m
Hypermarché (2500 m ² et plus)	1,80 à 2,80 m	2,50 à 4 m	1,60 à 2,20 m
Supermarché (400 à 2500 m ²)	1,20 à 1,60 m	1,60 à 2,20 m	1,20 à 1,60 m
Supérette et petit libre service (moins de 400 m ²)	0,50 à 0,80 m	0,80 à 1,20 m	0,60 à 1 m

Elaboration Cifil

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 3/4	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°4		EP1.2 - Communication professionnelle

• **Comment la présenter : trois variantes sont possibles.**
En fonction de votre mode de vente, de votre politique commerciale et du niveau de vos ventes d'endives.

Les incidences au point de vue : **Qualité**

Merchandising

Gestion

- La présentation en colis d'origine

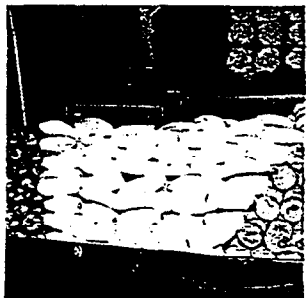


* L'endive est ici peu manipulée et reste bien protégée de la lumière par les papiers ou plastiques protecteurs prévus à l'intérieur de l'emballage. Son aspect et sa fraîcheur sont, par cette technique, bien préservés.

* Les emballages proposés par les fournisseurs sont aujourd'hui bien conçus : leurs dimensions (longueurs, largeurs, profondeurs) s'adaptent aux mobiliers utilisés dans la distribution, permettent la visibilité et l'accessibilité des références en linéaires. Les couleurs utilisées et les indications imprimées facilitent l'information du client sur le produit et la mise en avant des régions de production et des marques.

* Cette première variante est peu gourmande en frais de personnel. Elle accompagne généralement un mode de vente en libre service (servez, pesez, étiquetez vous-même ou servez-vous, faites peser aux caisses).

- La présentation hors colis d'origine



* Le dépotage des produits sur les linéaires (en vrac ou en tas rangés) ne supporte pas la médiocrité ! L'endive, soumise ici directement à la lumière et à la chaleur, nécessite de la part de l'équipe fruits et légumes un suivi régulier des produits et de leur rotation, ainsi qu'une maîtrise parfaite des quantités présentées. Il est par exemple préférable de jouer l'effet de masse par des faux fonds plutôt que la masse réelle.

* C'est sans aucun doute la présentation la plus attractive. Dépotée en vrac ou rangée de manière ordonnée (pyramides par exemple) l'endive dévoile tous ses atouts (blancheur, forme). Les éléments de décoration rapportés (corbeilles, charrettes...) complèteront parfaitement l'esthétisme de la présentation.

* Cette technique entraîne des frais élevés de personnel. Nécessitant un véritable professionnalisme et un entretien constant, elle est l'apanage des spécialistes et magasins qualitatifs et est le plus souvent associée à la vente servie.

- La présentation en pré-emballé (sachets ou barquettes).



* L'endive est, là aussi, peu manipulée. Les films utilisés ralentissent d'autre part la dessiccation du produit (bonne hygrométrie à l'intérieur des conditionnements).

* Les conditionnements peuvent parfaitement servir de support d'information consommateurs (conseils recettes, informations nutritionnelles etc...) et permettent de moduler les quantités aux besoins de votre clientèle. Vous veillerez à la stabilité des sachets dans les linéaires (il est préférable pour cela de conserver les emballages d'origines). Vous présenterez les barquettes, sur champ, sur une ou deux couches.

* La mise en rayon est aisée, rapide et « économe ».

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min		DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
S U J E T N°4	Page 4/4	EP1.2 - Communication professionnelle

**CONSIGNES AU JURY
SUJET 4**

Vous êtes le chef de rayon Fruits et Légumes du Supermarché "ECO" vous devez partir en stage et confier la responsabilité de votre rayon. Afin de vous assurer que les notions de base sont acquises, vous posez à l'élève l'ensemble les questions du sujet afin de le guider.

L'élève doit être capable de vous indiquer :

☞ les attitudes à avoir avec ce produit :

- **à la réception** : vérifier le calibre et la coloration, contrôler que les chicons correspondent bien à la catégorie indiquée sur l'emballage, puis stockez au frigo (+8°)

- **à la mise en rayon** : effectuer si nécessaire un parage des endives de la veille (rentrées au frigo), les présenter sur les endives du jour, vérifier la catégorie et le prix inscrits sur l'ardoise de marquage

- **durant la journée** : effectuer un approvisionnement fréquent (elle craint la chaleur et la lumière), penser à la couvrir pendant la fermeture du point de vente le midi

- **à la fermeture** : reconditionner les endives invendues et porter les colis dans la chambre froide

☞ les conditions de mise en rayon :

- **place** : elle doit être visible pour favoriser les achats d'impulsion, et réparties entre les légumes à cuire et les crudités.

- **linéaire accordé** : les vendredis et samedis sont des jours de forte fréquentation, donc puisque c'est la fin de saison de 1,20 m à 1,60 m.

- **choix de la présentation (peu de personnel chez ECO)** : utiliser la présentation en colis d'origine puisque ECO est un supermarché avec peu de personnel.

Justification des choix.

ACADEMIE DE CAEN	BEP + CAP	Session 2000
Durée : 20 min	Page 1/1	DISTRIBUTION ET MAGASINAGE Distribution et commercialisation des produits alimentaires
CONSIGNES AU JURY SUJET 4		EP1.2 - Communication professionnelle