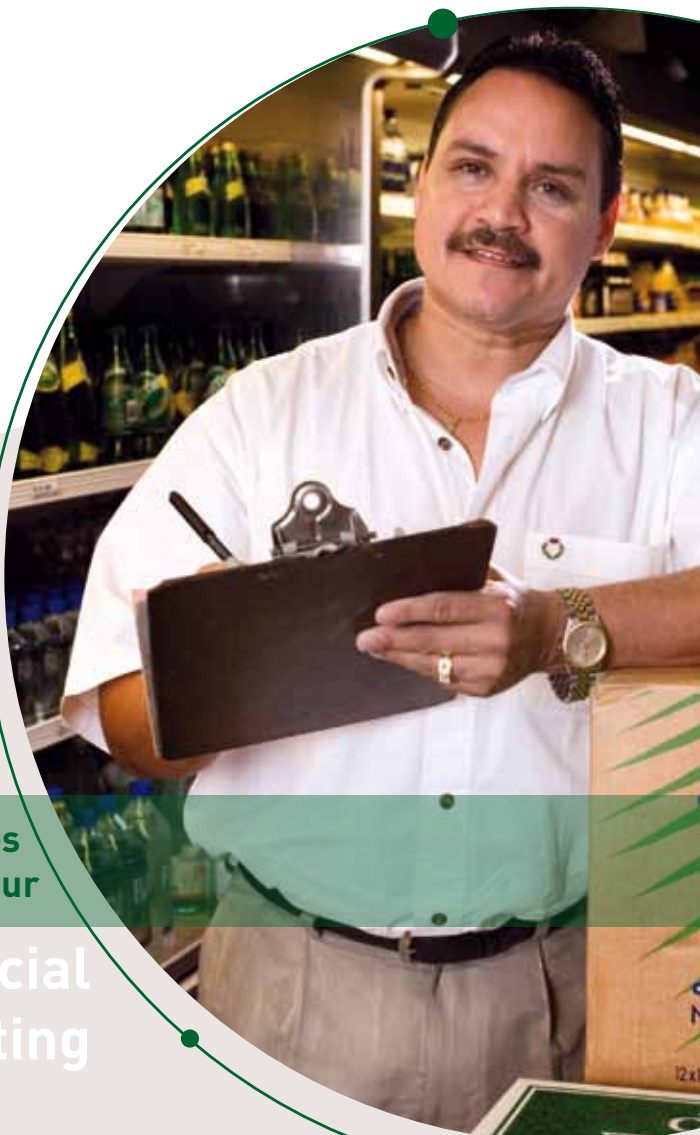


production
d'eaux embouteillées

boissons
rafraîchissantes
sans alcool

bières



filière

Promoteur des ventes
Merchandiseur

commercial
marketing



*CQP validé par la CPNE
de la branche « Activités
de production d'eaux
embouteillées, boissons
rafraîchissantes sans
alcool et bières »
du 13 mars 2012.*

Introduction

3

Dans le livret « Faites avancer votre projet, pensez CQP », vous avez pu découvrir ce qu'est un CQP, ce qu'il peut vous apporter, à vous et à votre entreprise, et la meilleure façon de le mettre en place.

Le document que vous avez entre les mains vous permettra d'aller plus loin dans vos démarches en vous apportant tous les éléments d'information nécessaires quant au CQP « Promoteur des ventes – Merchandiseur ».

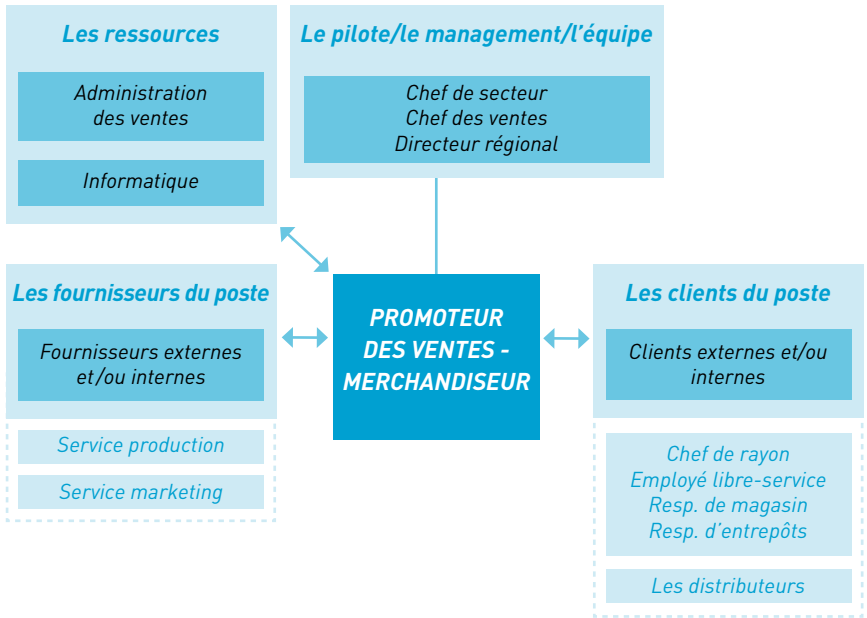
Vous y trouverez l'ensemble des référentiels, ainsi que la définition de l'emploi et des relations fonctionnelles pour le métier de « Promoteur des ventes – Merchandiseur ».

Il existe des livrets comme celui-ci pour chacun des CQP définis par la CPNEF des activités de production d'eaux embouteillées, boissons rafraîchissantes sans alcool et bières.

Sommaire

Les différentes relations fonctionnelles	4
La définition de l'emploi	5
Le référentiel emploi	6
Le référentiel compétences	8
Les compétences par domaine	12
La grille de synthèse des résultats du CQP « Promoteur des ventes – Merchandiseur »	14

Les différentes relations fonctionnelles

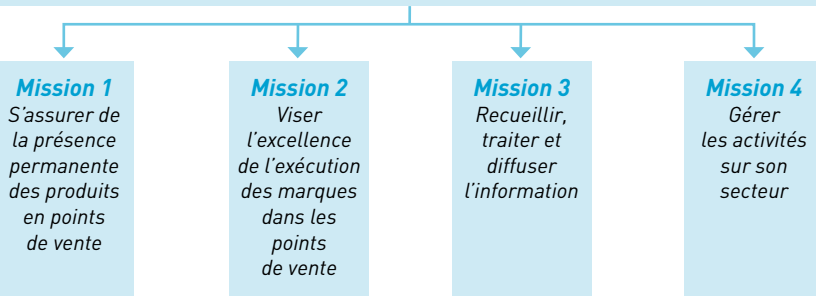


La définition de l'emploi

Finalité / fonction

(Il s'agit de la raison d'être d'une situation de travail au sein d'une organisation)

Le Promoteur des ventes – Merchandiseur contribue au développement des ventes sur un ensemble de points de vente à l'intérieur d'un secteur géographique donné, en luttant contre les ruptures, en assurant la bonne tenue des marques dans le rayon et en assurant la mise en place des opérations promotionnelles négociées.



Situation hiérarchique

Sous la responsabilité d'un Chef de secteur / Chef des ventes / Directeur régional

Le Promoteur des ventes – Merchandiseur contribue au développement des ventes sur un ensemble de points de vente à l'intérieur d'un secteur géographique donné, en luttant contre les ruptures, en assurant la bonne tenue des marques dans le rayon et en assurant la mise en place des opérations promotionnelles négociées.

M1 / S'assurer de la présence permanente des produits en points de vente

M1A1* - Développer un réseau relationnel au sein de chaque point de vente dont il a la responsabilité afin d'accéder aux informations dont il a besoin pour réaliser sa mission.

M1A2 - Analyser les causes de ruptures et effectuer des recommandations sur le niveau de stock optimal.

M1A3 - S'assurer en magasin de la présence, de la qualité des produits et de l'étiquetage conformément aux référencements et accords existants.

M1A4 - Garantir la bonne tenue des plans d'animation des marques dans le rayon.

M 2 / Viser l'excellence de l'exécution des marques dans les points de vente

M2A1 - Vérifier la bonne implantation des produits (palettes au sol, facings, encerclement et pavés de marque) en conformité avec les principes merchandising de la marque.

M2A2 - Assurer le montage et la théâtralisation des opérations promotionnelles négociées par le chef de secteur.

M2A3 - Mettre en place les mobiliers de merchandising et de cross merchandising.

M2A4 - Réagir aux opportunités d'aménager l'implantation des linéaires et des opérations promotionnelles dans de nouveaux contextes.

M2A5 - Repérer les stocks éventuels et proposer les opérations de déstockage.

M 3 / Recueillir, traiter et diffuser l'information

M3A1 - Valoriser sa démarche merchandising en corrélant son action aux résultats obtenus.

M3A2 - Transmettre les informations nécessaires à sa hiérarchie en utilisant les méthodes et outils existants.

M3A3 - Recueillir auprès de l'enseigne l'ensemble des informations pertinentes permettant d'effectuer une analyse du point de vente et de proposer des améliorations aux clients.

M3A4 - Recueillir auprès de l'entreprise les informations utiles à l'exercice de son activité : évolutions de la consommation, des produits et marchés, des technologies, ...

M 4 / Gérer les activités sur son secteur

M4A1 - Préparer et effectuer les tournées en fonction du planning et des missions à couvrir.

M4A2 - Respecter les procédures et utiliser les outils et méthodes prévus par l'entreprise pour le reporting et le fonctionnement de l'équipe commerciale.

M4A3 - Peut être amené à partager son savoir-faire.

M4A4 - Respecter les règles de sécurité et de gestion des temps de travail en vigueur, et préserver les outils mis à sa disposition par l'entreprise.

Le référentiel compétences

M1 / S'assurer de la présence permanente des produits en points de vente

M1A1 - Développer un réseau relationnel au sein de chaque point de vente dont il a la responsabilité afin d'accéder aux informations dont il a besoin pour réaliser sa mission.

M1A2 - Analyser les causes de ruptures et effectuer des recommandations sur le niveau de stock optimal.

M1A3 - S'assurer en magasin de la présence, de la qualité des produits et de l'étiquetage conformément aux référencements et accords existants.

M1A4 - Garantir la bonne tenue des plans d'animation des marques dans le rayon.

Compétences

Connaissances

TMC1 - Citer les règles de merchandising produit.

TMC2 - Définir les règles de fraîcheur des produits (DLC, DLUO,...).

TMC3 - Identifier et définir les spécificités du « planogramme » d'une enseigne.

TMC4 - Identifier le processus de commande et les logiciels des enseignes.

TMC5 - Lister les éléments constitutifs du potentiel d'un point de vente.

TMC6 - Énoncer les règles de gestion des stocks (couverture de stocks,...) et de la lutte anti-rupture (chiffres clés, éléments de suivi,...).

TMC8 - Identifier les performances des références en magasin au niveau national et local.

RPC1 - Citer les règles de la communication interpersonnelle, et les techniques d'argumentation et/ou de négociation client.

RPC2 - Décrire les étapes clés d'un entretien et/ou d'une visite réussie.

RPC3 - Identifier les interlocuteurs clés de chaque point de vente.

RPC5 - Citer les différents produits et argumentaires commerciaux.

RPC6 - Citer les différents types d'informations à identifier sur les points de vente (horaires, conditions d'accès, process de commande, de livraison, CA,...).

OC2 - Identifier les différents systèmes informatiques en vigueur au sein des enseignes.

OC5 - Identifier les données commerciales disponibles (statistiques de ventes, parts de marché,...).

OC6 - Identifier les principes clés du partage de savoir-faire et d'expérience.

OC8 - Décrire la méthode entreprise adoptée lors des visites d'enseignes.

Savoir-faire

TMSF1 - Réaliser un diagnostic rapide « points forts, points faibles » d'un point de vente // des linéaires et des emplacements promotionnels.

TMSF2 - Repérer et obtenir les emplacements fortement contributeurs en chiffre d'affaires.

TMSF3 - Expliquer et argumenter ses choix merchandising.

TMSF5 - Faire respecter les négociations du plan merchandising et mener des actions immédiates en fonction du plan de masse de chaque enseigne.

TMSF6 - Calculer un niveau de stock (tampon ou minimum).

TMSF7 - Faire des propositions d'optimisation d'aménagement, d'implantation,..., sur la base d'un planogramme.

RPSF1 - Créer un climat de relations positives avec ses interlocuteurs au sein des enseignes.

RPSF2 - Analyser les demandes de ses interlocuteurs et organiser sa réponse.

RPSF3 - Traduire ses arguments en avantages concurrentiels clients.

RPSF4 - Aller au devant de ses interlocuteurs et poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client.

RPSF5 - Obtenir des contre parties dans une relation professionnelle.

RPSF6 - Structurer et synthétiser les informations sur les évolutions commerciales de son entreprise et des enseignes.

RPSF7 - Conduire son activité dans le respect de ses engagements et ceux pris au nom de l'entreprise.

RPSF8 - Valoriser son savoir-faire, les produits, la culture et les spécificités de son entreprise auprès du client.

OSF2 - Mobiliser les ressources et moyens nécessaires à la réalisation de son activité.

OSF6 - Partager son savoir-faire et son expérience.

OSF7 - Proposer à ses donneurs d'ordres des ajustements de son programme activités en fonction de ses connaissances et informations magasin.

Qualités / Aptitudes : écoute, sens du relationnel, réactivité, rigueur, capacité d'adaptation, autonomie, dynamisme, force de proposition.

Codage

TM : Techniques de merchandising

RP : Relations Professionnelles

O : Organisation / méthode de travail

C : Connaissances

SF : Savoir-faire

A : Aptitudes

M2 / Viser l'excellence de l'exécution des marques dans les points de ventes

M2A1 - Vérifier la bonne implantation des produits (palettes au sol, facings, encerclement et pavés de marque) en conformité avec les principes merchandising de la marque.

M2A2 - Assurer le montage et la théâtralisation des opérations promotionnelles négociées par le chef de secteur.

M2A3 - Mettre en place les mobiliers de merchandising et de cross merchandising.

M2A4 - Réagir aux opportunités d'aménager l'implantation des linéaires et des opérations promotionnelles dans de nouveaux contextes.

M2A5 - Repérer les stocks éventuels et proposer les opérations de déstockage.

Connaissances

TMC1 - Citer les règles de merchandising produit.

TMC2 - Définir les règles de fraîcheur des produits (DLC, DLUO,...).

TMC3 - Identifier et définir les spécificités du « planogramme » d'une enseigne.

TMC5 - Lister les éléments constitutifs du potentiel d'un point de vente.

TMC6 - Énoncer les règles de gestion des stocks (couverture de stocks,...) et de la lutte anti-rupture (chiffres clés, éléments de suivi,...).

TMC7 - Décrire les étapes d'une opération promotionnelle.

TMC8 - Identifier les performances des références en magasin au niveau national et local.

TMC9 - Lister les éléments d'une démarche d'implantation de l'entreprise.

TMC10 - Citer les emplacements promotionnels de chaque enseigne et leur niveau de performance.

RPC1 - Citer les règles de la communication interpersonnelle, et les techniques d'argumentation et/ou de négociation client.

RPC2 - Décrire les étapes clés d'un entretien et/ou d'une visite réussi.

RPC3 - Identifier les interlocuteurs clés de chaque point de vente.

RPC4 - Repérer les tendances et les évolutions du secteur et des enseignes.

RPC5 - Citer les différents produits et argumentaires commerciaux.

RPC6 - Citer les différents types d'informations à identifier sur les points de vente (horaires, conditions d'accès, process de commande, de livraison, CA,...).

OC1 - Décrire le mode d'organisation de son activité (planning, agenda, communication, gestion administrative, système de reporting,...).

OC2 - Identifier les différents systèmes informatiques en vigueur au sein des enseignes.

OC4 - Citer les documents de travail et/ou ressources nécessaires à son activité (documents de suivi, dossiers clients,...).

OC8 - Décrire la méthode entreprise adoptée lors des visites d'enseignes.

Savoir-faire

TMSF1 - Réaliser un diagnostic rapide « points forts, points faibles » d'un point de vente // des linéaires et des emplacements promotionnels.

TMSF2 - Repérer et obtenir les emplacements fortement contributeurs en chiffre d'affaires.

TMSF3 - Expliquer et argumenter ses choix merchandising.

TMSF4 - Organiser et conduire une animation, une opération promotionnelle, une théâtralisation.

TMSF5 - Faire respecter les négociations du plan merchandising et mener des actions immédiates en fonction du plan de masse de chaque enseigne.

TMSF6 - Calculer un niveau de stock (tampon ou minimum).

TMSF7 - Faire des propositions d'optimisation d'aménagement, d'implantation,..., sur la base d'un planogramme.

RPSF1 - Créer un climat de relations positives avec ses interlocuteurs au sein des enseignes.

RPSF2 - Analyser les demandes de ses interlocuteurs et organiser sa réponse.

RPSF3 - Traduire ses arguments en avantages concurrentiels clients.

RPSF4 - Aller au devant de ses interlocuteurs et poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client.

RPSF5 - Obtenir des contre parties dans une relation professionnelle.

RPSF7 - Conduire son activité dans le respect de ses engagements et ceux pris au nom de l'entreprise.

RPSF8 - Valoriser son savoir-faire, les produits, la culture et les spécificités de son entreprise auprès du client.

OSF2 - Mobiliser les ressources et moyens nécessaires à la réalisation de son activité.

OSF7 - Proposer à ses donneurs d'ordres des ajustements de son programme activités en fonction de ses connaissances et informations magasin.

Compétences

Qualités / Aptitudes : réactivité, rigueur, capacité d'adaptation, autonomie, dynamisme, force de proposition.



M3 / Recueillir, traiter et diffuser l'information

M3A1 - Valoriser sa démarche merchandising en corrélant son action aux résultats obtenus.

M3A2 - Transmettre les informations nécessaires à sa hiérarchie en utilisant les méthodes et outils existants.

M3A3 - Recueillir auprès de l'enseigne l'ensemble des informations pertinentes permettant d'effectuer une analyse du point de vente et de proposer des améliorations aux clients.

M3A4 - Recueillir auprès de l'entreprise les informations utiles à l'exercice de son activité : évolutions de la consommation, des produits et marchés, des technologies,...

Compétences	Connaissances
	TMC1 - Citer les règles de merchandising produit.
	TMC5 - Lister les éléments constitutifs du potentiel d'un point de vente.
	TMC8 - Identifier les performances des références en magasin au niveau national et local.
	RPC1 - Citer les règles de la communication interpersonnelle, et les techniques d'argumentation et/ou de négociation client.
	RPC2 - Décrire les étapes clés d'un entretien et/ou d'une visite réussi.
	RPC3 - Identifier les interlocuteurs clés de chaque point de vente.
	RPC4 - Repérer les tendances et les évolutions du secteur et des enseignes.
	RPC5 - Citer les différents produits et argumentaires commerciaux.
	RPC6 - Citer les différents types d'informations à identifier sur les points de vente (horaires, conditions d'accès, process de commande, de livraison, CA,...).

Savoir-faire
TMSF1 - Réaliser un diagnostic rapide « points forts, points faibles » d'un point de vente // des linéaires et des emplacements promotionnels.
TMSF3 - Expliquer et argumenter ses choix merchandising.
RPSF1 - Créer un climat de relations positives avec ses interlocuteurs au sein des enseignes.
RPSF2 - Analyser les demandes de ses interlocuteurs et organiser sa réponse.
RPSF3 - Traduire ses arguments en avantages concurrentiels clients.
RPSF4 - Aller au devant de ses interlocuteurs et poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client.
RPSF5 - Obtenir des contre parties dans une relation professionnelle.
RPSF6 - Structurer et synthétiser les informations sur les évolutions commerciales de son entreprise et des enseignes.
RPSF8 - Valoriser son savoir-faire, les produits, la culture et les spécificités de son entreprise auprès du client.
OSF2 - Mobiliser les ressources et moyens nécessaires à la réalisation de son activité.
OSF3 - Structurer et organiser l'information nécessaire à son activité (book clientèle,...) en appui sur les moyens de communication dédiés.
OSF4 - Utiliser les différentes applications informatiques pour assurer la gestion administrative de ses activités (dossiers clients, tableaux de bord de suivi de l'activité,...).
OSF6 - Partager son savoir-faire et son expérience.
OSF7 - Proposer à ses donneurs d'ordres des ajustements de son programme activités en fonction de ses connaissances et informations magasin.

Qualités / Aptitudes : écoute, sens du relationnel, esprit d'équipe, autonomie.

Codage

TM : Techniques de merchandising
RP : Relations Professionnelles
O : Organisation / méthode de travail

C : Connaissances
SF : Savoir-faire
A : Aptitudes

M4 / Gérer les activités sur son secteur

M4A1 - Préparer et effectuer les tournées en fonction du planning et des missions à couvrir.

M4A2 - Respecter les procédures et utiliser les outils et méthodes prévus par l'entreprise pour le reporting et le fonctionnement de l'équipe commerciale.

M4A3 - Peut être amené à partager son savoir-faire.

M4A4 - Respecter les règles de sécurité et de gestion des temps de travail en vigueur, et préserve les outils mis à sa disposition par l'entreprise.

	Connaissances	Savoir-faire
Compétences	ETMC7 - Décrire les étapes d'une opération promotionnelle.	TMSF4 - Organiser et conduire une animation, une opération promotionnelle, une théâtralisation.
	RPC4 - Repérer les tendances et les évolutions du secteur et des enseignes.	RPSF2 - Analyser les demandes de ses interlocuteurs et organiser sa réponse.
	RPC6 - Citer les différents types d'informations à identifier sur les points de vente (horaires, conditions d'accès, process de commande, de livraison, CA,...).	RPSF6 - Structurer et synthétiser les informations sur les évolutions commerciales de son entreprise et des enseignes.
	OC1 - Décrire le mode d'organisation de son activité (planning, agenda, communication, gestion administrative, système de reporting,...).	RPSF7 - Conduire son activité dans le respect de ses engagements et ceux pris au nom de l'entreprise.
	OC3 - Expliquer l'organisation, la stratégie et les objectifs de l'entreprise, leur déclinaison au sein de son activité de promotion des ventes.	RPSF8 - Valoriser son savoir-faire, les produits, la culture et les spécificités de son entreprise auprès du client.
	OC4 - Citer les documents de travail et / ou ressources nécessaires à son activité (documents de suivi, dossiers clients,...).	OSF1 - Adapter son planning d'activité, optimiser l'organisation de son temps de travail, prioriser ses activités en fonction des événements.
	OC6 - Identifier les principes clés du partage de savoir-faire et d'expérience.	OSF3 - Structurer et organiser l'information nécessaire à son activité (book clientèle,...) en appui sur les moyens de communication dédiés.
	OC7 - Citer les règles de sécurité, santé, temps de travail, geste et posture, en vigueur dans les points de vente et dans son entreprise.	OSF4 - Utiliser les différentes applications informatiques pour assurer la gestion administrative de ses activités (dossiers clients, tableaux de bord de suivi de l'activité,...).
	OC8 - Décrire la méthode entreprise adoptée lors des visites d'enseignes.	OSF5 - Appliquer les règles sécurité, santé, geste et posture, des points de vente de son secteur et de son entreprise.
		OSF6 - Partager son savoir-faire et son expérience.
	OSF7 - Proposer à ses donneurs d'ordres des ajustements de son programme activités en fonction de ses connaissances et informations magasin.	

Qualités / Aptitudes : sens du service, esprit d'équipe, rigueur, force de proposition.

Les compétences par domaine

	TECHNIQUES DE MERCHANDISING	RELATIONS PROFESSIONNELLES
Connaissances	<p>TMC1 - Citer les règles de merchandising produit.</p> <p>TMC2 - Définir les règles de fraîcheur des produits (DLC, DLUO,...).</p> <p>TMC3 - Identifier et définir les spécificités du « planogramme » d'une enseigne.</p> <p>TMC4 - Identifier le processus de commande et les logiciels des enseignes.</p> <p>TMC5 - Lister les éléments constitutifs du potentiel d'un point de vente.</p> <p>TMC6 - Énoncer les règles de gestion des stocks (couverture de stocks,...) et de la lutte anti-rupture (chiffres clés, éléments de suivi,...).</p> <p>TMC7 - Décrire les étapes d'une opération promotionnelle.</p> <p>TMC8 - Identifier les performances des références en magasin au niveau national et local.</p> <p>TMC9 - Lister les éléments d'une démarche d'implantation de l'entreprise.</p> <p>TMC10 - Citer les emplacements promotionnels de chaque enseigne et leur niveau de performance.</p>	<p>RPC1 - Citer les règles de la communication interpersonnelle, et les techniques d'argumentation et/ou de négociation client.</p> <p>RPC2 - Décrire les étapes clés d'un entretien et/ou d'une visite réussie.</p> <p>RPC3 - Identifier les interlocuteurs clés de chaque point de vente.</p> <p>RPC4 - Repérer les tendances et les évolutions du secteur et des enseignes.</p> <p>RPC5 - Citer les différents produits et argumentaires commerciaux.</p> <p>RPC6 - Citer les différents types d'informations à identifier sur les points de vente (horaires, conditions d'accès, process de commande, de livraison, CA,...).</p>
Savoir-faire	<p>TMSF1 - Réaliser un diagnostic rapide « points forts, points faibles » d'un point de vente // des linéaires et des emplacements promotionnels.</p> <p>TMSF2 - Repérer et obtenir les emplacements fortement contributeurs en chiffre d'affaires.</p> <p>TMSF3 - Expliquer et argumenter ses choix merchandising.</p> <p>TMSF4 - Organiser et conduire une animation, une opération promotionnelle, une théâtralisation.</p> <p>TMSF5 - Faire respecter les négociations du plan merchandising et mener des actions immédiates en fonction du plan de masse de chaque enseigne.</p> <p>TMSF6 - Calculer un niveau de stock (tampon ou minimum).</p> <p>TMSF7 - Faire des propositions d'optimisation d'aménagement, d'implantation, ..., sur la base d'un planogramme.</p>	<p>RPSF1 - Créer un climat de relations positives avec ses interlocuteurs au sein des enseignes.</p> <p>RPSF2 - Analyser les demandes de ses interlocuteurs et organiser sa réponse.</p> <p>RPSF3 - Traduire ses arguments en avantages concurrentiels clients.</p> <p>RPSF4 - Aller au devant de ses interlocuteurs et poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client.</p> <p>RPSF5 - Obtenir des contre parties dans une relation professionnelle.</p> <p>RPSF6 - Structurer et synthétiser les informations sur les évolutions commerciales de son entreprise et des enseignes.</p> <p>RPSF7 - Conduire son activité dans le respect de ses engagements et ceux pris au nom de l'entreprise.</p> <p>RPSF8 - Valoriser son savoir-faire, les produits, la culture et les spécificités de son entreprise auprès du client.</p>
Qualités Aptitudes	<p>Écoute, sens du relationnel, sens du service, esprit d'équipe, réactivité, rigueur, capacité d'adaptation, autonomie, dynamisme, force de proposition.</p>	

Codage

TM : Techniques de merchandising

RP : Relations Professionnelles

O : Organisation / méthode de travail

C : Connaissances

SF : Savoir-faire

A : Aptitudes

ORGANISATION / MÉTHODE DE TRAVAIL	
Connaissances	<p>OC1 – Décrire le mode d'organisation de son activité (planning, agenda, communication, gestion administrative, système de reporting,...).</p> <p>OC2 – Identifier les différents systèmes informatiques en vigueur au sein des enseignes.</p> <p>OC3 – Expliquer l'organisation, la stratégie et les objectifs de l'entreprise, leur déclinaison au sein de son activité de promotion des ventes.</p> <p>OC4 – Citer les documents de travail et / ou ressources nécessaires à son activité (documents de suivi, dossiers clients,...).</p> <p>OC5 – Identifier les données commerciales disponibles (statistiques de ventes, parts de marché,...).</p> <p>OC6 – Identifier les principes clés du partage de savoir-faire et d'expérience.</p> <p>OC7 – Citer les règles de sécurité, santé, temps de travail, geste et posture, en vigueur dans les points de vente et dans son entreprise.</p> <p>OC8 – Décrire la méthode entreprise adoptée lors des visites d'enseignes.</p>
Savoir-faire	<p>OSF1 – Adapter son planning d'activité, optimiser l'organisation de son temps de travail, prioriser ses activités en fonction des événements.</p> <p>OSF2 – Mobiliser les ressources et moyens nécessaires à la réalisation de son activité.</p> <p>OSF3 – Structurer et organiser l'information nécessaire à son activité (book clientèle,...) en appui sur les moyens de communication dédiés.</p> <p>OSF4 – Utiliser les différentes applications informatiques pour assurer la gestion administrative de ses activités (dossiers clients, tableaux de bord de suivi de l'activité,...).</p> <p>OSF5 – Appliquer les règles sécurité, santé, geste et posture, des points de vente de son secteur et de son entreprise.</p> <p>OSF6 – Partager son savoir-faire et son expérience.</p> <p>OSF7 – Proposer à ses donneurs d'ordres des ajustements de son programme activités en fonction de ses connaissances et informations magasin.</p>
Qualités Aptitudes	<p>Écoute, sens du relationnel, sens du service, esprit d'équipe, réactivité, rigueur, capacité d'adaptation, autonomie, dynamisme, force de proposition.</p>

La grille de synthèse des résultats du CQP Promoteur des ventes - Merchandiseur

Elle permet de déterminer si le CQP est attribué ou non au candidat.

OUTIL D'ÉVALUATION	Techniques de merchandising	Relations professionnelles	Organisation / Méthode de travail
Grille d'évaluation tuteur			
Grille d'évaluation formateur			
Grille Professionnel ou Jury			
Résultats par domaine			

Validation d'un domaine

La moyenne des 3 résultats pour un domaine est supérieure à 70%, avec 50% minimum à chacune des épreuves tuteurs (formateur et jury) et 30% minimum à chacun des savoir-faire.

Attribution du CQP

Tous les domaines du CQP sont validés.

Attribution partielle du CQP

La totalité des domaines n'est pas validée.
Le candidat conserve le bénéfice des domaines validés durant 5 ans.

Procédure

On indique dans chaque case du tableau le résultat obtenu par le candidat exprimé en % d'atteinte d'objectif.
Puis on réalise une moyenne des % en colonne.



COMMISSION PARITAIRE NATIONALE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION

des activités de production d'eaux embouteillées,
boissons rafraîchissantes sans alcool et bières

www.cpnef.info

***Les CQP sont une réalisation commune
des organisations patronales :***

- *La Chambre Syndicale des Eaux Minérales*
- *Le Syndicat National des Boissons Rafraîchissantes*
- *Le Syndicat des Eaux de Sources*
- *Les Brasseurs de France*

et des syndicats de salariés :

- *La FGA-CFDT*
- *LA FGTA-FO*
- *La FNASPS-CFTC*
- *La FNAA-CFE-CGC*