

# HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Formations et diplômes

## Rapport d'évaluation

### Licence professionnelle Marketing des produits agroalimentaires sous signe de qualité

- Université Toulouse II- Jean Jaurès- UT2J

Campagne d'évaluation 2014-2015 (Vague A)

# HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Formations et diplômes

*Pour le HCERES,<sup>1</sup>*

Didier Houssin, président

---

En vertu du décret n°2014-1365 du 14 novembre 2014,

<sup>1</sup> Le président du HCERES "contresigne les rapports d'évaluation établis par les comités d'experts et signés par leur président." (Article 8, alinéa 5)

Évaluation réalisée en 2014-2015

## Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Informatique mathématiques et technologies (IMT)

Établissement déposant : Université Toulouse II- Jean Jaurès- UT2J

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence *Marketing des produits agroalimentaires sous signe de qualité* est une licence professionnelle (LP) portée par l'Université de Toulouse II Jean Jaurès (UT2J) depuis 2005 et également organisée par l'Institut François Marty (Villefranche de Rouergue) et l'IUT de Figeac.

Les cours se font en présentiel et les étudiants ont la possibilité de choisir l'alternance, ce qui n'était le cas d'aucun étudiant en 2014. Le stage s'effectue en deux périodes. Les cours de commerce et de marketing sont mutualisés avec ceux de la licence professionnelle *Commercialisation des produits et services industriels*. Les enseignements sont assurés par une équipe pédagogique constituée d'enseignants chercheurs issus de l'UT2J (IUT Techniques de Commercialisation) et de professionnels, industriels et issus de groupements de professionnels (une annexe non fournie devait donner la composition de l'équipe).

L'objectif de cette LP est de former des professionnels commerciaux dans le secteur agroalimentaire, opérationnels à l'issue de l'obtention du diplôme. Cette formation s'appuie, pour ce faire, sur le tissu économique local, dans lequel elle semble tant intégrée qu'adaptée aux besoins (emplois dans la région).

## Avis du comité d'experts

La LP *Marketing des produits agroalimentaires sous signe de qualité* propose un cursus sur un an, dont certains cours sont mutualisés avec une autre licence (*Commercialisation des produits et services industriels*). La formation prend appui sur une équipe pédagogique professionnelle et académique (les enseignants chercheurs sont issus de l'UT2J). L'originalité de cette LP réside dans la double compétence apportée, en commerce et en agroalimentaire.

A priori, cette licence professionnelle répond parfaitement aux besoins du secteur et semble bénéficier, de par sa localisation, de diverses collaborations avec les professionnels. C'est une formation originale, adaptée à l'économie locale et qui annonce des objectifs d'insertion professionnelle dans le bassin d'emploi. Portée par plusieurs établissements, cette licence professionnelle est au contact des étudiants à recruter (lycée agricole par exemple). Les taux de réussite, depuis cinq ans, sont très satisfaisants.

Toutefois, dans les faits, le dossier est d'une part trop succinct pour que l'on puisse développer un avis éclairé (pas de documents détaillés présentant le contenu de la licence, l'équipe pédagogique, le rôle effectif des professionnels, l'implication du milieu professionnel dans la formation etc.). D'autre part, certains signaux nous conduisent à nous interroger sur la pertinence d'un tel cursus : les poursuites d'études sont trop fréquentes pour une LP (50%, en hausse, qui plus est vers des masters de l'Université de Toulouse II Jean-Jaurès) et l'insertion professionnelle directe semble très faible. Nous émettons de ce fait des réserves quant à l'attractivité de cette licence professionnelle (nombre de candidatures et effectifs réduits (11 étudiants)). De plus, au vu du peu de détails présentés dans le dossier sur le contenu de la formation (absence notamment du descriptif par UE), des réserves sont émises quant à la spécialisation des étudiants en matière de qualité : il est impossible de savoir si les étudiants sont, à l'issue de la formation, véritablement spécialisés en « produits agroalimentaires sous signe de qualité » (y a-t-il des cours spécifiques pour former les étudiants à cette spécialité ou cette dimension est-elle assurée par le tronc commun en marketing, partagé par l'autre licence ?). D'une manière générale, les objectifs et la définition de la spécialisation en marketing des produits agroalimentaires sous signe de qualité sont très vagues et peu clairs.

## Éléments spécifiques

Place de la recherche	La recherche est représentée par les enseignants académiques, rattachés aux laboratoires toulousains (laboratoire de droit privé IDP et UMR CRM (gestion, en cours de rattachement au CERTOP)). Le Groupe local de recherche pluridisciplinaire du Nord-Est Midi Pyrénées est implanté à l'IUT de Figeac (liens formation/recherche par deux intervenants de la licence membre du groupe INNOV (innovation et marketing). Les liens avec l'ISTHIA sont a priori à renforcer (pour avoir plus d'enseignants-chercheurs extérieurs à l'IUT).
Place de la professionnalisation	Pas de détail spécifique, si ce n'est l'organisation de jeux d'entreprise et des interventions de professionnels dans la formation et la recherche de stages.
Place des projets et stages	Les projets tuteurés sont menés en collaboration avec les entreprises locales et sont encadrés par un enseignant de la formation.
Place de l'international	Accueil d'étudiants étrangers sur programme (avec a priori remise à niveau en langue française préalable). Organisation prévue d'une semaine internationale en 2014-2015 avec cours en anglais.
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	Il existerait un suivi individualisé (pas de dispositif formel d'aide à la réussite). L'IUT TC de Figeac et le BTS Analyse et Conduite des Stratégies d'Exploitation de François Marty sont des viviers naturels de recrutement pour la licence professionnelle.
Modalités d'enseignement et place du numérique	Quelques cours de langues et jeux de simulation de gestion sont assistés par ordinateur. Certains cours sont mis en ligne sur l'ENT. Aucune demande de VAE n'est signalée. L'alternance est possible a priori (pas de précision fournie).
Evaluation des étudiants	Conforme à l'arrêté.
Suivi de l'acquisition des compétences	Modalités classiques. Mise en place par l'établissement de dispositifs permettant le développement de compétences disciplinaires et transversales. Réflexion en cours pour la mise en place d'un portefeuille de compétences interne à la formation.
Suivi des diplômés	L'enquête externe présente un faible taux de retour : six répondants pour la dernière enquête (trois poursuites d'études, trois diplômés en emploi). La mise en ligne d'un blog des anciens est prévue.
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	Le conseil existe et fonctionne (chef de département, intervenants permanents et extérieurs, représentants de étudiants) et se réunit au moins une fois par an.

# Synthèse de l'évaluation de la formation

## Points forts :

- Formation originale dans le champ de formation.
- Formation adaptée à l'économie locale.
- Bon taux de réussite.

## Points faibles :

- Interrogations très fortes sur le faible taux d'insertion professionnelle : trop de poursuites d'études en master (masters de l'Isthia (UT2J Jean-Jaurès) notamment), effectifs faibles et candidatures peu nombreuses (problème d'attractivité pour les étudiants qui n'y percevraient pas de débouchés professionnels directs ?).
- Dossier trop succinct pour pouvoir formuler un avis éclairé quant à la spécialisation professionnelle effective des étudiants en matière de « marketing des produits agroalimentaires sous signe de qualité » (annexes manquantes, notamment description des UE : importance de la spécialisation par rapport aux « signes de qualité » et contenu des cours communs avec la LP *Commercialisation des produits et services industriels en marketing* non précisés).

## Conclusions :

Le trop fort taux de poursuites d'études et la faible insertion professionnelle directe sont véritablement problématiques. L'implication du milieu professionnel mériterait une plus grande place dans le dossier, mais les débouchés semblent exister de par la situation même de la licence dans l'offre de formation et dans la région. Il manque cependant des documents pour pouvoir analyser l'offre de cette licence de façon éclairée (description des UE, liste des intervenants et rôles ...) et pour pouvoir juger de la qualité de la spécialisation proposée dans l'intitulé de cette LP. Enfin, une promotion accrue à l'extérieur de l'établissement pourrait peut-être permettre d'accroître le nombre de candidatures et donc les effectifs.

# Observations de l'établissement

## Licence Professionnelle

Dénomination nationale : Commerce  
Spécialité Marketing des produits agro-alimentaires sous signe de qualité

Référence de l'avis : A2016-EV-0311383K-S3LP160010937-010807-RT

### ■ Observations :

- 1- Les annexes ont été réalisées en juin 2014. Mais, elles n'ont pas été jointes au dossier final. Nous vous remercions de nous excuser pour cette erreur.
- 2- Les enquêtes de suivi des diplômés sont réalisées à 30 mois après la diplomation. En conséquence, les données fournies dans le document d'évaluation (juin 2014) sont bien celles correspondant à la promotion diplômée en juillet 2011 et sont les dernières données « officielles »  
Comme le souligne le rapporteur, le taux de retour des enquêtes de 2009, 2010 et 2011 s'élève en moyenne à 50% et ne peut être considéré comme totalement significatif du devenir des diplômés de cette licence professionnelle. Les signaux évoqués quant à un taux de poursuite d'études élevé représentent 50% des répondants à l'enquête de 2011 mais représentent 23% de l'effectif total de la licence pour cette même année 2011. La référence qui est faite à propos de l'Isthia ne peut être avérée que dans 1 cas pour l'année 2011 car les 2 autres cas de poursuites d'études n'ont pas précisé les établissements dans lesquels ils poursuivaient leur scolarité.  
**Depuis l'année universitaire 2012, aucun étudiant de la LP-MPA n'a poursuivi ses études en Master à l'Isthia.**
- 3- Par ailleurs, le taux de poursuite d'études par un phénomène que nous observons chez nos étudiants de DUT qui, pour la plupart de ceux qui veulent poursuivre leur formation en LP en dehors du site de Figeac ne distinguent pas clairement une LP avec une Licence Générale. Nombreux sont ceux qui déclarent vouloir faire une LP en considérant cette formation comme un préalable à la poursuite d'études en Master. Nous devons veiller à être plus attentifs quant aux motivations profondes des étudiants inscrits en LP sur le site de Figeac et leur indiquer clairement qu'une LP n'a pas pour vocation la poursuite d'études.
- 4- Enfin, les enquêtes permettent de constater que le taux d'insertion professionnelle est de 100% pour les étudiants qui ne poursuivent pas leurs études. Même si la représentativité des enquêtes menées est faible, nous pouvons observer que cette licence semble permettre l'insertion professionnelle.