

# HCERES

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

Formations

## Rapport d'évaluation

### Licence professionnelle Marketing et merchandising des produits agro-alimentaires

- Université de Bretagne-Sud - UBS

Campagne d'évaluation 2015-2016 (Vague B)

# HCERES

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

Formations

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

Michel Cosnard, 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 2015-2016

## Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Droit économie gestion

Établissement déposant : Université de Bretagne-Sud - UBS

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence professionnelle *Marketing et merchandising des produits agro-alimentaires* a pour objectif de former des cadres commerciaux, spécialistes de l'agro-alimentaire, capables de concevoir et animer une politique commerciale pour une entreprise de ce secteur et de négocier avec divers interlocuteurs de la distribution.

Les débouchés professionnels s'orientent vers des métiers exercés au sein d'entreprises ou grossistes du secteur agro-alimentaire en lien avec les circuits de distribution. La licence forme donc des chefs de produits, chefs de secteur, de clientèle GMS (Grandes et moyennes surfaces) ou RHD (Restauration hors domicile) ou des responsables de la relation client.

La licence professionnelle est le fruit d'un partenariat entre l'université catholique de l'Ouest Bretagne Nord (UCO BN) et de l'Institut supérieur de formation fruits et légumes (ISFFEL). Les cours se déroulent en totalité au sein de ces deux instituts. Le diplôme est délivré par l'université de Bretagne-Sud.

La formation est ancrée dans le tissu socio-économique du secteur agro-alimentaire. Elle se déroule en alternance dans le cadre de contrats de professionnalisation ou en formation continue.

## Synthèse de l'évaluation

La licence professionnelle *Marketing et merchandising des produits agro-alimentaires* vise à former des acteurs d'entreprises du secteur agro-alimentaire capables de développer l'activité commerciale de ces entreprises en liaison avec les circuits de distribution. La maquette de la formation est construite relativement à cet objectif autour de huit unités d'enseignement (UE) de cours/travaux dirigés (TD) et deux UE professionnalisantes, que sont le stage et le projet tuteuré. La répartition des ECTS (*European credits transfer system*) proposée est peu en lien avec les volumes horaires des enseignements. Le volume des enseignements cœur de métier (marketing et merchandising) est relativement faible au regard de la spécialité de la formation.

Elle compte des effectifs d'à peine une quinzaine d'étudiants en moyenne, provenant très majoritairement de BTS (Brevet de technicien supérieur). Les effectifs sont néanmoins en hausse lors des deux dernières années. Le taux de réussite est bon, se situant globalement entre 80 et 90%. L'insertion professionnelle est déclarée conforme aux objectifs mais les rares éléments disponibles sont incohérents et ne permettent donc pas d'étayer cette affirmation.

Cette formation repose sur un partenariat entre l'UCO BN et l'ISFFEL, qui est un acteur pédagogique ancré dans le tissu socio-économique régional. L'apport de l'UBS dans la formation, au regard des informations transmises, se limite à la coordination des partenaires. L'UBS n'est que très peu partie prenante à la formation, ce qui questionne l'ancrage de cette licence professionnelle à l'UBS. Le pilotage pédagogique de la formation est d'ailleurs assuré, non par un membre de l'UBS, mais par le directeur adjoint de l'UCO-BN.

L'équipe pédagogique est constituée, en grande majorité, de chargés de cours travaillant souvent en tant que consultants ou formateurs. On peut regretter qu'elle ne comprenne aucun enseignant-chercheur et que les membres des instituts partenaires n'y soient que peu présents. L'apport de l'UBS dans la formation pose là encore *in fine* questions.

Points forts :

- Un bon ancrage dans le contexte économique et social régional.
- Un cursus reposant sur l’alternance et la formation continue, cohérent avec les objectifs de la formation.

Points faibles :

- Une formation dont l’ancrage effectif à l’UBS est insuffisant voire inexistant.
- Une équipe pédagogique ne comprenant aucun enseignant-chercheur.
- Un dispositif insuffisant de suivi de l’insertion des diplômés.

Recommandations :

- Il faudrait davantage ancrer cette formation à l’UBS ; tant au plan de son pilotage, que de la composition de son équipe pédagogique, des flux entrants étudiants ou encore au niveau du suivi des diplômés.

## Analyse

<p>Adéquation du cursus aux objectifs</p>	<p>La licence professionnelle <i>Marketing et merchandising des produits agro-alimentaires</i> vise à former des commerciaux capables de développer la vente de produits agro-alimentaires en grandes et moyennes surfaces, pour le compte d’une entreprise productrice ou d’un grossiste. Ils seront donc amenés à négocier, vendre et collaborer avec les professionnels de la grande distribution pour développer les ventes de leur entreprise.</p> <p>Le cursus proposé est organisé autour de huit UE de cours/TD et de deux UE professionnalisantes (stage et projet tuteuré) se déroulant en entreprise. Il est bien orienté vers l’acquisition de compétences marketing et commerciales dans le domaine de l’agro-alimentaire. Néanmoins, la spécialisation affichée en termes de merchandising n’apparaît pas de manière formelle et l’UE6 « marketing et analyse des ventes », cœur de métier, ne représente que 70 heures sur les 462 heures de cours.</p> <p>Par ailleurs, la maquette totalise 65 ECTS contre 60 ECTS habituellement pour une licence. En outre, la proportionnalité entre le nombre d’ECTS attribué et le volume de travail fourni est peu respectée. Cinq ECTS sont ainsi attribués à des modules de volume horaire très différent : 140 heures (projet tuteuré), 70 heures (négociation vente) ou 35 heures (management d’équipe).</p> <p>Enfin, parmi les projets d’évolution possible de la formation, il est envisagé l’adaptation des compétences commerciales à des produits de grande consommation autres que les produits alimentaires et ce pour améliorer l’attractivité de la formation auprès des candidats. Se poserait alors la question de la spécialisation annoncée et des soutiens des acteurs spécialisés dans l’Industrie agro-alimentaire (IAA), voire du risque d’exposition à une concurrence plus large.</p>
<p>Environnement de la formation</p>	<p>La licence professionnelle est le fruit d’un partenariat entre l’UCO-BN, garant des apports universitaires, et de l’ISFFEL, garant d’un certain savoir-faire en matière de distribution de produits agro-alimentaires. Les cours se déroulent en totalité au sein de ces deux instituts.</p> <p>L’UBS, qui héberge de manière formelle cette formation, n’y est pas partie prenante, que ce soit au niveau de son pilotage, de l’enseignement, des flux entrants étudiants, ou du lien avec la recherche, qui est inexistant. Ce positionnement à l’UBS pose question.</p> <p>La formation s’inscrit bien, en revanche, dans le contexte économique et social régional. Elle est en effet soutenue par un réseau significatif d’acteurs régionaux, spécialisés dans le secteur professionnel de la formation et susceptibles d’appuyer les étudiants dans leur recherche de</p>

	<p>contrats ou d'assurer des interventions.</p> <p>La formation a ainsi le soutien de plusieurs organisations professionnelles dans le domaine de l'agro-alimentaire, ce qui lui facilite l'accès à des contrats d'alternance</p> <p>La formation entretient par ailleurs des liens étroits avec divers acteurs du tissu économique et associatif régional, ceux-ci proposant missions et conférences aux étudiants.</p>
Equipe pédagogique	<p>La constitution de l'équipe pédagogique ne répond pas aux critères attendus d'une licence professionnelle.</p> <p>L'équipe ne comprend aucun enseignant-chercheur de l'UBS. L'UCO-BN, dont il est attendu qu'elle garantisse la « dimension universitaire » de la formation, contribue pour 7,5% du volume enseigné (28+7 heures sur un total de 462).</p> <p>L'ISFFEL, partenaire de la formation, intervient pour l'encadrement des mémoires et projets tuteurés mais n'est mentionné sur aucun enseignement. Enfin, la grande majorité des enseignements sont assurés par des professionnels travaillant souvent en tant que consultant ou formateur.</p> <p>Dans ce contexte, le « très bon équilibre » entre intervenants professionnels et universitaires présenté n'est pas très évident à comprendre. Si un strict équilibre n'est pas de mise en LP côté enseignements, il peut-être attendu pour autant une contribution plus importante de l'université porteuse à ce type de projet, et vice versa.</p> <p>L'ancrage de cette formation à l'université ne se fait manifestement pas au travers de son équipe pédagogique.</p>
Effectifs et résultats	<p>Les promotions sont de petite taille (en moyenne 13 sur les 5 dernières années) avec une sensible hausse ces deux dernières années (passage de 10 à 15 sur la période). La tendance reste à confirmer.</p> <p>Le recrutement est peu diversifié. La formation attire majoritairement des étudiants de BTS (80 à 90%) et quelques étudiants de DUT (Diplôme universitaire de technologie) (1 à 2 par promotion). Elle n'a attiré aucun étudiant de deuxième année de licence (L2) depuis 2010. Les 2/3 des inscrits sont en contrat de professionnalisation et les autres en formation continue (tous sont en alternance). La formation ne compte aucun contrat d'apprentissage depuis 2010. Il n'est pas donné d'informations précises sur la provenance géographique des étudiants inscrits.</p> <p>Le taux de réussite au diplôme est globalement bon : plus de 80% en moyenne sur les 4 dernières promotions. Le tableau récapitulatif constate tout de même un certain fléchissement (le taux diplômés/inscrits est passé de 90% en 2012 à 69% en 2014), sans que l'on ait d'éléments d'explication.</p> <p>Il est difficile d'apprécier l'insertion professionnelle des étudiants puisque le dossier ne mentionne qu'une enquête interne dont les chiffres fournis sont incohérents. Néanmoins, le dossier déclare une insertion conforme aux attendus en termes de type d'emplois visés ou de secteur d'activité, sans pour autant apporter d'éléments concrets à cet égard.</p>
Place de la recherche	<p>La formation n'entretient pas de lien direct avec la recherche et n'est soutenue par aucun laboratoire de recherche.</p>
Place de la professionnalisation	<p>La professionnalisation repose avant tout sur le stage de 12 semaines minimum en alternance et le projet tuteuré (140 heures). Les contrats de professionnalisation proviennent à 80% du réseau d'un des partenaires, à savoir l'ISFFEL.</p> <p>Il n'est pas mentionné d'autres dispositifs pédagogiques particuliers (dans ou entre les enseignements) au service de la professionnalisation.</p> <p>La fiche RNCP (Répertoire national des certifications professionnelles) est remplie avec soin, les compétences certifiées comme acquises à l'issue de la formation sont en cohérence avec le cursus proposé.</p>

Place des projets et stages	<p>Le dispositif du stage et du projet tuteuré est bien documenté. Il correspond aux objectifs d'insertion professionnelle d'une formation de ce type.</p> <p>L'ISFFEL contribue à initier des contrats d'alternance. C'est le cas pour 80% d'entre eux. Le suivi de l'étudiant alternant est réalisé par un tuteur pédagogique. Le stage donne lieu à un rapport d'activité de 20 à 30 pages, suivi d'une soutenance orale.</p>
Place de l'international	<p>La place de l'international dans ce cursus visant la formation de commerciaux reste limitée et reconnue comme telle.</p> <p>Au-delà du cours <i>stricto sensu</i> de langue anglaise de 28 heures, une partie de certains cours (par exemple de négociation et de vente) pourrait être en effet proposée en anglais.</p> <p>De la même façon, un cours de seulement 14 heures sur le commerce international est certainement insuffisant pour mettre des futurs commerciaux de petites et moyennes entreprises (PME) en capacité d'initier ou de négocier quelques projets de vente à l'international.</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	<p>Le recrutement se fait très majoritairement auprès d'étudiants de BTS (80 à 90%). Aucun étudiant de L2 n'a été recruté. Des efforts de communication sont faits pour diversifier le recrutement sans que l'on sache si ces actions sont coordonnées avec des actions de promotion sur d'autres parcours de troisième année de licence (L3) de l'UBS. L'insertion de cette L3 dans l'offre de licences de l'UBS n'est jamais évoquée.</p> <p>Le dossier n'indique pas le taux de pression à l'entrée de la formation.</p> <p>En matière de dispositifs de remise à niveau, le dossier fait référence à des « parcours personnalisés » pouvant être mis en place au premier semestre. Néanmoins, ceux-ci n'apparaissent pas de manière formelle sur la plaquette.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique	<p>La formation accueille uniquement des étudiants en alternance ou en formation continue.</p> <p>L'alternance s'opère uniquement sous contrats de professionnalisation même si l'apprentissage est potentiellement possible. Le recrutement en formation continue s'opère au travers du dispositif Reprise d'études et de validation des acquis (REVA), sous la responsabilité de l'ADEFPOPE de l'UBS (Agence de développement et de formation permanente). Néanmoins, aucun étudiant n'a été inscrit en validation des acquis de l'expérience (VAE) sur la période considérée. Enfin, rien n'est précisé quant aux modalités via lesquelles est assurée la cohabitation entre ces publics.</p> <p>Les modalités pédagogiques utilisées sont classiques (cours magistral (CM) + travaux dirigés (TD)), tout comme l'usage fait du numérique. Du fait des petits effectifs des promotions, une pédagogie interactive est mise en place. Enfin, pour les cours à distance envisagés, à destination de la formation continue, il est mentionné la mise en place d'un suivi à distance (polycopiés + bibliographie et travail sur CD ROM et internet) et la possibilité de recourir à un équipement de visioconférence de l'ISFFEL pour les interventions de professionnels à distance).</p>
Evaluation des étudiants	<p>Le dossier précise clairement les règles de délivrance du diplôme et des ECTS.</p> <p>Un jury d'attribution du diplôme est établi et son président est nommé par le président de l'UBS. Il comprend des représentants des instituts partenaires.</p> <p>Les modalités de contrôle des connaissances prévoient deux sessions.</p>
Suivi de l'acquisition des compétences	<p>Il existe un dispositif de suivi de l'acquisition des compétences. Des « fiches de suivi » remplies par le tuteur en entreprise et le responsable pédagogique permettant d'instaurer une relation école-entreprise sur les savoir-faire et savoir être acquis en entreprise et en cours. Il n'est pas mentionné comment cette fiche est utilisée ensuite. Elle est transmise sur un rythme bimestriel sans précision quant à son destinataire final ou quant aux décisions auxquelles ce suivi peut donner lieu.</p> <p>Ces fiches de suivi ne sont pas jointes au dossier.</p>
Suivi des diplômés	<p>Le suivi des diplômés se fait uniquement au travers d'une enquête réalisée par l'ISFFEL quelques mois après l'obtention du diplôme. Les</p>

	<p>chiffres proposés dans le dossier, relativement à cette enquête, sont incohérents.</p> <p>On peut se demander pourquoi cette formation, qui n'est pas récente, échappe aux enquêtes réalisées à 30 mois par le Service universitaire d'information, d'orientation et d'aide à l'insertion professionnelle (SUIO IP) de l'UBS.</p>
<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>	<p>Le dossier précise l'existence d'un conseil de perfectionnement, qui se réunit tous les deux ans. Néanmoins, deux versions sensiblement différentes sont proposées dans le dossier. Aucun compte-rendu n'est joint au dossier. Aucune piste de réflexion n'est proposée.</p> <p>Une évaluation des enseignements par les étudiants se fait annuellement. Là encore, aucune grille d'évaluation n'est jointe au dossier.</p> <p>Le dossier avance quelques pistes de réflexion quant aux évolutions possibles de la formation pour améliorer sa visée, son positionnement, son attractivité auprès des étudiants ou encore sa visibilité pour les entreprises. Chaque piste est avancée sur la base du bilan (points forts/points faibles) demandé pour la rédaction du dossier. Il conviendrait parfois d'établir la cohérence des propositions dans leur ensemble et pas seulement dans la rubrique qui les a fait naître. De même, il serait surtout souhaitable qu'il soit envisagé d'en discuter la soutenabilité par/avec les divers partenaires actuels de la formation. Plus largement, on ne sait pas si ces pistes sont le fait de la seule rhétorique exigée par le dossier ou si elles sont le fruit de réels processus d'autoévaluation.</p>

# Observations de l'établissement



Lorient, le 4 juillet 2016

**DOSSIER SUIVI PAR :**

Cellule d'aide au pilotage  
[lucie.garnier@univ-ubs.fr](mailto:lucie.garnier@univ-ubs.fr)  
02 97 01 70 66

**Jean PEETERS,**  
**Président de l'Université Bretagne**  
**Sud**

à

**Monsieur Jean-Marc GEIB**  
**Directeur du département évaluation**  
**des formations et diplômes**  
**Haut Conseil de l'Évaluation de la**  
**Recherche et de l'Enseignement**  
**Supérieur**  
**2, rue Albert Einstein**  
**75013 PARIS**

**Objet :** Observations de portée générale relatives au rapport transmis par le Comité d'Évaluation du HCERES – Licence Professionnelle MARKETING ET MERCHANDISING DES PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES – B2017-EV-0561718N-S3LP170012092-013835-RT

Monsieur le Directeur,

Tout d'abord nous tenons à remercier le Comité d'Évaluation et les responsables du HCERES pour leur implication et leur participation à l'évaluation de la formation licence professionnelle Marketing et merchandising des produits agro-alimentaires.

La lecture du rapport du HCERES ne soulève pas de notre part d'observation de portée générale.

Veillez agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de mes sentiments distingués.

Jean PEETERS  
Président de  
l'Université Bretagne Sud



**Présidence**

27 Rue Armand Guillemot • BP 92116  
56321 LORIENT Cedex  
02 97 87 66 66

[www.univ-ubs.fr](http://www.univ-ubs.fr)

