

RÉFÉRENTIEL

BREVET PROFESSIONNEL LIBRAIRE

ANNEXE I

I.1. RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

I.2. RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

I.1. RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

1. CHAMP D'ACTIVITÉ

2. DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

3. MISE EN RELATION DES RÉFÉRENTIELS

4. ORGANISATION DES UNITÉS PROFESSIONNELLES

1. CHAMP D'ACTIVITÉ

1.1. DÉFINITION

Le titulaire du Brevet Professionnel **LIBRAIRE** exerce le métier de libraire. De ce fait, il assure l'approvisionnement, la vente, la promotion et la gestion des produits appartenant au domaine du livre (hors livres d'occasion), au sein d'espaces commerciaux.

1.2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

1.2.1. Emplois concernés (appellations courantes)

- Vendeur(euse) spécialisé(e) en librairie
- Vendeur(euse) « conseiller(ère) en librairie »
- Responsable de rayon librairie
- Libraire

1.2.2. Types d'entreprises

- Librairie générale
- Librairie spécialisée
- Grande et Moyenne Surface Spécialisée (GMSS)
- Rayon spécialisé en Grande et Moyenne Surface Alimentaire (GMSA)

1.2.3. Place dans l'organisation de l'entreprise

Le titulaire du Brevet Professionnel **LIBRAIRE** exerce son activité sous l'autorité et l'encadrement du responsable du point de vente ou du rayon. Il n'a pas de responsabilité hiérarchique, mais est apte à accompagner un nouveau venu dans l'entreprise. Il est autonome dans la relation au client.

1.2.4. Environnement technique et économique de l'emploi

La technicité liée au développement des bases de données (propres à l'entreprise, à celles des éditeurs, des clients) a modifié le rapport à l'information et le traitement de celle-ci dans les relations tant avec les fournisseurs qu'avec les clients et nécessite une constante maîtrise des outils.

L'évolution des réseaux de vente, du comportement de la clientèle et des supports liés à la numérisation, bouleverse le marché du livre. Elle requiert une adaptation constante du métier et la mise en place de nouveaux services.

L'augmentation et les nouvelles segmentations de la production éditoriale nécessitent, outre un socle culturel solide, de nouvelles techniques de veille culturelle.

1.2.5. Conditions générales d'exercice

L'activité du titulaire de ce diplôme s'exerce généralement debout et nécessite des déplacements dans la surface de vente ou en réserve.

Il doit s'attacher à respecter la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité et adopter les comportements et attitudes conformes en vue de garantir la sécurité.

En outre, il doit s'adapter aux rythmes commerciaux et saisonniers, dans le respect des contraintes réglementaires spécifiques aux différents secteurs.

L'activité du titulaire du brevet professionnel libraire s'exerce auprès de la clientèle du point de vente et de ses fournisseurs (éditeurs, diffuseurs, distributeurs,...).

Il utilise des techniques et des moyens :

- de communication et d'information (téléphonie, informatique, Internet, information sur le lieu de vente...),
- de vente (publicité sur le lieu de vente, conseils, argumentaires, animations...),
- de gestion (assortiment, achat, commande...),
- de formation (individuelle ou organisée par l'entreprise en matière de production éditoriale et d'évolution du marché du livre et des techniques...).

Pour exercer son métier il doit :

- faire preuve d'autonomie, de réactivité,
- prendre des initiatives en fonction des priorités,
- s'adapter aux rythmes de l'activité de l'entreprise et du marché,
- adopter des comportements et attitudes indispensables à la relation client,
- travailler en équipe,
- développer ses connaissances culturelles,
- maîtriser les techniques et moyens de communication.

1.3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS

Le titulaire du Brevet Professionnel LIBRAIRE intervient dans les fonctions suivantes :

- **Gestion de l'assortiment**
- **Implantation et approvisionnement**
- **Vente**
- **Animation et promotion**

La mise en œuvre de ces fonctions peut être différenciée selon la spécificité et/ou la taille de l'entreprise.

1.4. PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

Dans le cadre de son parcours, les compétences acquises, éventuellement reconnues par la validation des acquis de l'expérience, pourront permettre au titulaire du brevet professionnel libraire d'accéder aux emplois d'adjoint(e) ou de responsable de tout ou partie d'une unité commerciale.

2. DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

FONCTION : GESTION DE L'ASSORTIMENT

TÂCHES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suivi de l'actualité et de la production éditoriale ▪ Adaptation de l'offre à la production éditoriale, à la politique commerciale du magasin, à la clientèle et aux contraintes ▪ Définition de l'équilibre entre le fonds et la nouveauté pour les rayons ▪ Recherche de l'équilibre entre ouvrage à rotation rapide et ouvrage à rotation lente ▪ Argumentation des décisions pour orienter, sélectionner et/ou renforcer la pertinence de l'assortiment ▪ Achat des livres et négociation des conditions particulières ▪ Traitement des retours
CONDITIONS D'EXERCICE
<p>1 - Moyens et ressources</p> <p>Données - informations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loi du 10 août 1981 dite « loi Lang » et ses évolutions ▪ Catalogues papier ou en ligne, tarifs ▪ Consignes de travail et procédures du point de vente ▪ Fiches techniques, argumentaires ▪ Documentation professionnelle, analyses, statistiques... ▪ Conditions générales de vente des fournisseurs ▪ Grilles d'office ▪ Bons de nouveautés, bons de commande ▪ Marges de manœuvre de négociation de la librairie ▪ Objectifs d'équilibre fonds/nouveautés <p>Équipements :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Équipement informatique et téléphonique, connexion Internet <p>Liaisons - relations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relation avec le responsable du point de vente ▪ Relation avec l'éditeur ▪ Relation avec le diffuseur ▪ Relation avec le distributeur ▪ Relation avec les membres de l'équipe <p>2 - Autonomie</p> <p>Autonomie dans l'exécution des tâches, dans le respect des directives.</p>
RÉSULTATS ATTENDUS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les informations sont collectées et partagées par l'ensemble de l'équipe ▪ La production éditoriale est connue, l'offre est adaptée ▪ Les mesures sont exactes ▪ Les décisions sont justifiées ▪ Les négociations sont conformes aux marges de manœuvre fixées ▪ L'équilibre entre le fonds et les nouveautés est respecté ▪ Les procédures et les délais de retour sont respectés

FONCTION : IMPLANTATION ET APPROVISIONNEMENT

TÂCHES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Préparation des livres à la vente en vue de leur implantation ▪ Implantation des livres dans les rayons en fonction des règles d'organisation, de rangement, de classement ▪ Maintien des rayons en état marchand ▪ Analyse de l'attractivité du rayon ▪ Surveillance et gestion des stocks au quotidien ▪ Réception des commandes et des livres ▪ Organisation et réalisation des inventaires ▪ Transmission des documents commerciaux
CONDITIONS D'EXERCICE
<p>1 - Moyens et ressources</p> <p>Données - informations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loi du 10 août 1981 dite « loi Lang » et ses évolutions ▪ Catalogues papier ou en ligne, tarifs ▪ Consignes de travail et procédures ▪ Documentation professionnelle, analyses, statistiques... ▪ Fichier fournisseurs, collectivités ▪ Documents commerciaux ▪ Plan d'implantation, règles d'organisation, de rangement, de classement <p>Équipements :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Équipement informatique et téléphonique, connexion Internet ▪ Matériel antivol ▪ Matériel d'étiquetage ▪ Fournitures de bureau ▪ Pancartage ▪ Logiciels de PréAO <p>Liaisons - relations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relation avec le client, avec le responsable du point de vente ▪ Relation avec l'éditeur ▪ Relation avec le diffuseur ▪ Relation avec le distributeur ▪ Relation avec les membres de l'équipe <p>2 - Autonomie Autonomie dans l'exécution des tâches, dans le respect des directives.</p>
RÉSULTATS ATTENDUS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les produits sont correctement implantés ▪ Le rayon est en état marchand et attractif ▪ Des aménagements sont proposés ▪ Les états de stocks sont fournis, les quantités à commander et à retourner sont définies conformément aux objectifs. ▪ Les documents commerciaux sont correctement renseignés, contrôlés et transmis au bon interlocuteur

FONCTION : VENTE**TÂCHES****Vente en face à face :**

- Accueil du client
- Identification du besoin du client
- Traitement de la demande du client
- Proposition de plusieurs ouvrages proches ou complémentaires
- Proposition, le cas échéant, d'un livre de remplacement en cas d'absence ou d'indisponibilité du produit souhaité
- Argumentation des choix, apport de renseignements, d'informations, de précisions
- Proposition de services complémentaires (recherches bibliographiques...)
- Gestion d'une commande client
- Encaissement d'une vente
- Prise de congé du client
- Proposition et mise en place de services de fidélisation de la clientèle

Vente à distance (téléphone, fax et Internet) :

- La relation client en fonction de l'outil de communication
- Les réponses aux demandes du client en respectant les procédures internes

Vente aux collectivités et compte client :

- Réponse à un appel d'offre des collectivités conformément au cahier des charges et selon les consignes et procédure internes
- Ouverture d'un compte client selon la procédure interne
- Traitement d'une commande d'une collectivité

CONDITIONS D'EXERCICE**1 - Moyens et ressources****Données - informations :**

- Loi du 10 août 1981 dite « loi Lang » et ses évolutions
- Catalogues papier ou en ligne, tarifs
- Consignes de travail et procédures
- Fiches techniques, argumentaires
- Documentation professionnelle
- Fichiers clients, comptes clients
- Bases de données, presse professionnelle
- Objectifs de vente
- Cahier des charges d'appel d'offres
- Documents commerciaux

Équipements :

- Équipement informatique et téléphonique, connexion Internet
- Matériel de vente et matériel d'encaissement

Liaisons - relations :

- Relation avec le client, avec le responsable du point de vente
- Relation avec l'éditeur
- Relation avec le diffuseur
- Relation avec le distributeur

2 - Autonomie

Autonomie dans l'exécution des tâches, dans le déroulement de l'entretien, dans le respect des directives et de l'information du client.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Les objectifs de vente sont atteints
- La clientèle est satisfaite et fidélisée
- Les marchés sont négociés et obtenus

FONCTION : ANIMATION ET PROMOTION

TÂCHES

- Participation à la vie culturelle
- Proposition, conception, planification, mise en œuvre et gestion de la communication des animations internes ou externes
- Réalisation de bibliographies thématiques
- Réalisation des présentations promotionnelles (vitrines, tables thématiques...) en respectant les règles de merchandising
- Proposition et réalisation d'aménagements dans le point de vente
- Évaluation des résultats d'une animation ou d'une opération (signature, salon, opération spéciale...)

CONDITIONS D'EXERCICE

1 - Moyens et ressources

Données - informations :

- Documentation professionnelle (presse professionnelle, Électre...)
- Plan du magasin et règles d'organisation de l'espace du point de vente
- Codes de communication visuelle

Équipements :

- Équipement informatique et téléphonique
- Outils de recherche bibliographique
- Matériel de présentation
- Matériel d'affichage
- Pancartage
- Logiciels de PréAO

Liaisons - relations :

- Relation avec le responsable du point de vente, du rayon
- Relation avec les membres de l'équipe
- Relation avec l'éditeur
- Relation avec le diffuseur
- Relation avec le distributeur
- Relation avec des partenaires

2 - Autonomie

Autonomie partielle ou totale dans le cadre d'un travail d'équipe selon la nature des animations.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Une veille sur les actualités liées au livre est mise en place
- L'image de qualité et de compétence de la librairie est consolidée
- Les présentations promotionnelles sont attractives
- Les ventes sont dynamisées

3. MISE EN RELATION DES RÉFÉRENTIELS DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET DE CERTIFICATION

Référentiel des activités professionnelles

Champ d'intervention :
Le titulaire du brevet professionnel LIBRAIRE assure l'approvisionnement, la vente, la promotion et la gestion des produits appartenant au domaine du livre (hors livres d'occasion), au sein d'espaces commerciaux.

Référentiel de certification

Compétence globale :
Le titulaire du brevet professionnel LIBRAIRE gère l'assortiment, approvisionne le point de vente, implante et vend les livres. Il anime le point de vente et assure la promotion des ventes.

Activités principales	COMPÉTENCES GÉNÉRALES	Compétences terminales
-----------------------	-----------------------	------------------------

C.1. Gérer culturellement et économiquement l'assortiment de livres

GESTION DE L'ASSORTIMENT	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suivi de l'actualité et de la production éditoriale ▪ Adaptation de l'assortiment ▪ Achat des livres ▪ Traitement des retours 	C.1.1. Suivre l'actualité et la production éditoriale
	C.1.2. Adapter l'offre
	C.1.3. Négocier les achats
	C.1.4. Gérer les retours

C.2. Implanter les livres et approvisionner la librairie

IMPLANTATION ET APPROVISIONNEMENT	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implantation et mise en rayon des livres ▪ Réception et suivi des produits 	C.2.1. Organiser l'offre
	C.2.2. Assurer la réception des commandes et le suivi des stocks

C.3. Vendre les livres

VENTE	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vente en face à face ▪ Vente à distance ▪ Vente aux collectivités 	C.3.1. Réaliser la vente de livres
	C.3.2. Vendre à distance et « aux collectivités »

C.4. Animer l'espace de vente et promouvoir les ventes

ANIMATION ET PROMOTION	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conception d'animations ▪ Agencement de la surface de vente ▪ Réalisation de présentations promotionnelles 	C.4.1. Organiser l'espace de vente de la librairie
	C.4.2. Réaliser des opérations d'animation et de promotion

4. ORGANISATION DES UNITÉS PROFESSIONNELLES

Les unités professionnelles sont constituées de :

U11 - MERCATIQUE

U12 - GESTION COMMERCIALE

U21 - PRATIQUE DE LA VENTE CONSEIL

U22 - PRATIQUE DE L'ANIMATION ET DE LA PROMOTION

U30 - MONTAGE DE PROJET ET SOUTENANCE

U40 - ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

U11 - MERCATIQUE
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De suivre l'actualité et la production éditoriale. ▪ De situer la clientèle et la politique commerciale de la librairie. ▪ De proposer un assortiment de livres adapté.
U12 - GESTION COMMERCIALE
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De négocier des achats courants ▪ De gérer les retours ▪ D'organiser l'offre dans l'espace de vente ▪ D'assurer la réception des commandes ▪ D'effectuer le suivi des stocks
U21 - PRATIQUE DE LA VENTE CONSEIL
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De réaliser des ventes de livres ▪ De vendre à distance et aux collectivités
U22 - PRATIQUE DE L'ANIMATION ET DE LA PROMOTION
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ D'organiser l'espace de vente de la librairie ▪ De réaliser des opérations d'animation et de promotion
U30 - MONTAGE DE PROJET ET SOUTENANCE
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie : De concevoir, monter et présenter un projet de développement ou d'amélioration de l'offre de la librairie en termes d'assortiment, de services, de méthodes de vente, d'organisation, d'agencement de la surface de vente</p>
U40 - ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES
<p>Le candidat doit être capable en toute autonomie : De traiter et d'exploiter des informations économiques et juridiques en liaison avec les activités professionnelles de la librairie.</p>

I.2. RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

- 1. COMPÉTENCES ET SAVOIR-FAIRE**
- 2. SAVOIRS ASSOCIÉS**

1. COMPÉTENCES ET SAVOIR-FAIRE

C.1. Gérer culturellement et économiquement l'assortiment de livres

- C.1.1. Suivre l'actualité et la production éditoriale**
- C.1.2. Adapter l'offre**
- C.1.3. Négocier les achats**
- C.1.4. Gérer les retours**

C.2. Implanter les livres et approvisionner la librairie

- C.2.1. Organiser l'offre**
- C.2.2. Assurer la réception des commandes et le suivi des stocks**

C.3. Vendre les livres

- C.3.1. Réaliser la vente de livres**
- C.3.2. Vendre à distance et « aux collectivités »**

C.4. Animer l'espace de vente et promouvoir les ventes

- C.4.1. Organiser l'espace de vente de la librairie**
- C.4.2. Réaliser des opérations d'animation et de promotion**

C.1. GÉRER CULTURELLEMENT ET ÉCONOMIQUEMENT L'ASSORTIMENT DE LIVRES

C.1.1. Suivre l'actualité et la production éditoriale

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
C.1.1.1. S'informer auprès des médias grand public	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, la presse professionnelle ou non, des analyses. ▪ Un équipement informatique disposant d'une connexion Internet. <p>À partir de contraintes : Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente.</p>	Les médias grand public sont consultés.	S.1. S.3.1. S.5.
C.1.1.2. S'informer auprès de la presse professionnelle		La presse professionnelle est lue.	S.0. S.1. S.2.1. S.5.
C.1.1.3. S'informer sur la production éditoriale		La production éditoriale est identifiée : caractéristiques, genres et tendances.	S.1. S.2.1. S.4.1. S.5.
C.1.1.4. Communiquer des informations sur l'actualité et la production éditoriales aux membres de l'équipe		Les informations pertinentes sont repérées, sélectionnées, triées et transmises à l'équipe.	S.3.2. S.3.3. S.6.
C.1.1.5. Sélectionner et exploiter les informations pertinentes pour la librairie		Les informations importantes pour la librairie sont repérées et traitées de façon adaptée.	S.2. S.5. S.6.

C.1. GÉRER CULTURELLEMENT ET ÉCONOMIQUEMENT L'ASSORTIMENT DE LIVRES

C.1.2. Adapter l'offre

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
C.1.2.1. Dégager les caractéristiques de la politique commerciale du point de vente		Les caractéristiques de la politique commerciale du point de vente sont identifiées et appliquées	S.0. S.2. S.5. S.6.
C.1.2.2. Qualifier la clientèle	Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une zone de chalandise, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.	La clientèle est caractérisée et ses attentes sont identifiées	S.1. S.2.
C.1.2.3. Recenser et exploiter la production éditoriale		L'exploitation de la production éditoriale est en adéquation avec le point de vente.	S.0. S.1. S.2. S.4.1. S.5.
C.1.2.4. Gérer au quotidien l'assortiment titre par titre	Avec : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, des analyses, des statistiques et des documents commerciaux. ▪ La Loi du 10 août 1981 dite « loi Lang » et ses évolutions. ▪ Des catalogues papier ou en ligne, des tarifs, des fiches techniques, des argumentaires. ▪ Les conditions générales de vente des fournisseurs, les grilles d'office, les bons de nouveautés et les bons de commande. 	Le choix de réassortir ou non, titre par titre, est justifié. La répartition fonds / nouveautés est équilibrée. La rotation du rayon est correcte.	S.1. S.2. S.4.2. S.5.
C.1.2.5. Établir le diagnostic du rayon ou du point de vente		Les éléments du diagnostic sont repérés et les calculs sont exacts. Les points forts et les points faibles du rayon ou du point de vente sont dégagés.	S.1. S.2. S.4.2. S.6.
C.1.2.6. Proposer un assortiment adapté et justifié	À partir de contraintes : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. ▪ Les marges de manœuvre de négociation de la librairie. 	La proposition d'assortiment est argumentée : conforme à la politique commerciale et adaptée à la clientèle. Elle exploite les ressources de la production éditoriale, répond au diagnostic et tient compte des contraintes.	S.1. S.2. S.4. S.6.
C.1.2.7. Concevoir, monter et présenter un projet de développement ou d'amélioration de l'offre de la librairie en termes d'assortiment, de services, de méthodes de vente, d'organisation, d'agencement...		Le projet est cohérent avec la situation de la librairie. Il est argumenté et porteur de développement ou d'amélioration.	S.1. S.2. S.3.5. S.4.2. S.4.3. S.5. S.6.

C.1. GÉRER CULTURELLEMENT ET ÉCONOMIQUEMENT L'ASSORTIMENT DE LIVRES

C.1.3. Négocier les achats

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
<p>C.1.3.1. Choisir les modalités de réassortiment</p>	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p>	<p>Les modalités de réassortiment choisies respectent l'ensemble des contraintes.</p>	<p>S.4. S.6.</p>
<p>C.1.3.2. Choisir, quantifier et commander les nouveautés à paraître avec ou sans la présence du représentant</p>	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, des analyses, des statistiques et des documents commerciaux. ▪ Les éléments de la politique commerciale de la librairie ou du point de vente. ▪ La Loi du 10 août 1981 dite « loi Lang » et ses évolutions. ▪ Des catalogues papier ou en ligne, des tarifs, des fiches techniques, des argumentaires. ▪ Les conditions générales de vente des fournisseurs, les grilles d'office, les bons de nouveautés, les bons de commande. 	<p>Les nouveautés commandées sont choisies et quantifiées avec pertinence, dans le respect de la politique commerciale de la librairie et de ses contraintes de gestion.</p>	<p>S.0. S.1. S.4.</p>
<p>C.1.3.3. Proposer des achats dans le cadre d'opérations spécifiques : fonds, thèmes, signatures...</p>	<p>À partir de contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation, la saisonnalité des ventes. ▪ Les objectifs commerciaux de la librairie ou du point de vente. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. ▪ Les marges de manœuvre de négociation de la librairie. 	<p>Les achats proposés sont adaptés aux opérations spécifiques.</p>	<p>S.0. S.1.1 S.2. S.4. S.5. S.6.</p>
<p>C.1.3.4. Négocier des conditions particulières d'achat : remises, échéances, dépôts...</p>	<p>À partir de contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation, la saisonnalité des ventes. ▪ Les objectifs commerciaux de la librairie ou du point de vente. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. ▪ Les marges de manœuvre de négociation de la librairie. 	<p>Des conditions particulières d'achat sont obtenues.</p>	<p>S.0. S.4.</p>

C.1. GÉRER CULTURELLEMENT ET ÉCONOMIQUEMENT L'ASSORTIMENT DE LIVRES

C.1.4. Gérer les retours

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
<p>C.1.4.1. Établir une politique de retour en fonction des contraintes financières, physiques et éditoriales de la librairie</p> <p>C.1.4.2. Effectuer une sélection des ouvrages à retourner</p> <p>C.1.4.3. Organiser et traiter et les retours :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trier, saisir et conditionner les ouvrages. ▪ Éditer les bons de retour. ▪ Traiter les retours refusés. 	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, des analyses, des statistiques et des documents commerciaux. ▪ Des catalogues papier ou en ligne, des tarifs, des fiches techniques, des argumentaires. ▪ Les conditions générales de vente des fournisseurs, les grilles d'office, les bons de nouveautés, les bons de commande. <p>À partir de contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation, la saisonnalité des ventes. ▪ Les objectifs commerciaux de la librairie ou du point de vente. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. ▪ Les marges de manœuvre de négociation de la librairie. ▪ Les délais et procédures des distributeurs. 	<p>Les contraintes sont prises en compte et la politique de retour est adaptée.</p> <p>La sélection des ouvrages à retourner est pertinente.</p> <p>Les retours sont organisés et correctement traités. Les procédures, les délais et les obligations sont respectés.</p>	<p>S.2. S.4. S.6.</p> <p>S.2. S.4.2.</p> <p>S.2. S.4.2.</p>

C.2. IMPLANTER LES LIVRES ET APPROVISIONNER LA LIBRAIRIE

C.2.1. Organiser l'offre

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
<p>C.2.1.1. Préparer les livres à la vente en vue de leur implantation</p> <p>C.2.1.2. Implanter les livres dans les rayons</p> <p>C.2.1.3. Maintenir les rayons et les tables en état marchand</p> <p>C.2.1.4. Mesurer et analyser les performances du rayon ou de la librairie</p>	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un plan de zonage de la librairie. ▪ Les éléments de signalétique et les matériels de vente. ▪ La ventilation des ventes. ▪ La Loi du 10 août 1981 dite « Loi Lang » et ses évolutions. ▪ Les données fournies par les outils de gestion. <p>À partir des contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente. ▪ Les règles d'organisation, de rangement et de classement de la librairie. ▪ Les ratios de la librairie, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation, la saisonnalité des ventes. ▪ Les objectifs commerciaux de la librairie ou du point de vente. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. 	<p>Les antivolos sont posés et l'étiquetage est réalisé. Les livres sont classés en fonction de critères de rangement.</p> <p>Les livres sont exposés à leur place, mis en valeur et en quantité adaptée.</p> <p>Les rayons sont rangés en permanence. La signalétique est actualisée. La présentation est attractive.</p> <p>La mesure des performances du rayon ou de la librairie est exacte. Les analyses sont justifiées et transmises au responsable.</p>	<p>S.1. S.2.2. S.4.3.</p> <p>S.4.3.</p> <p>S.4.3.</p> <p>S.2.2. S.3.2. S.3.3. S.4.4.</p>

C.2. IMPLANTER LES LIVRES ET APPROVISIONNER LA LIBRAIRIE

C.2.2. Assurer la réception des commandes et le suivi des stocks

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
<p>C.2.2.1. Réceptionner les livres et traiter les réponses des distributeurs</p> <p>C.2.2.2. Surveiller l'état des stocks :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Établir un état des stocks, calculer le stock moyen, les coefficients de rotation. ▪ Détecter les ruptures et/ou les surstocks. ▪ Remédier aux ruptures ou aux surstocks. <p>C.2.2.3. Préparer et réaliser des inventaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser la librairie en zones. ▪ Compter les produits et renseigner la fiche de comptage. ▪ Rapprocher le stock physique et le stock théorique. ▪ Analyser les conséquences générées par la démarque et proposer des solutions. 	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, des analyses, des statistiques et des documents commerciaux. ▪ Le plan de la librairie et les matériels de vente. ▪ Les conditions générales de vente des fournisseurs, les grilles d'office, les bons de nouveautés, les bons de commande, les états des ventes... <p>À partir des contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La surface de vente et de réserve de la librairie ou du point de vente, les budgets, les équilibres fonds/nouveautés, les taux de rotation, la saisonnalité des ventes. ▪ Les objectifs commerciaux de la librairie ou du point de vente. ▪ Les consignes de travail et les procédures de la librairie ou du point de vente. 	<p>Les contrôles de réception des livres sont correctement effectués. Le traitement des réponses est adapté. Les documents commerciaux sont renseignés et transmis.</p> <p>L'état des stocks est dressé et les indicateurs calculés. Les ruptures et/ou les surstocks sont repérés et des mesures adaptées sont prises pour y remédier.</p> <p>L'inventaire est réalisé dans le respect des procédures et dans le délai imparti : les zones sont définies, le comptage est effectué sans erreur, les calculs sont corrects, les solutions proposées sont adéquates.</p>	<p>S.1.1. S.4.1. S.4.2.</p> <p>S.4.2.</p> <p>S.4.2. S.6.</p>

C.3. VENDRE LES LIVRES

C.3.1. Réaliser la vente de livres

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
C.3.1.1. Créer un climat favorable à la vente et mener l'entretien avec le client		La tenue et l'attitude sont adaptées à la clientèle et au projet commercial de la librairie.	S.2.2. S.3.2. S.3.6.
C.3.1.2. Déterminer les besoins du client	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p>	Les techniques de vente sont exploitées et la communication adaptée.	
C.3.1.3. Apporter une réponse à la demande du client	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les outils d'aide à la vente. ▪ Le fichier clients. 	Les besoins du client sont cernés, reformulés et validés.	S.1. S.2.2. S.3.2. S.3.6.
C.3.1.4. Conclure la vente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les supports de fidélisation. ▪ Le matériel d'encaissement. ▪ Les informations relatives à la zone de chalandise. ▪ Les profils des clients. ▪ Les conditions générales de vente. ▪ Les tarifs. ▪ La documentation « produits ». ▪ Les règles d'hygiène et de sécurité. 	La réponse fournie est adaptée et argumentée. Les objections du client sont traitées. La demande du client est satisfaite.	S.0. S.1. S.2.2. S.3.2. S.3.6. S.4.1.
C.3.1.5. Assurer le suivi de la relation avec le client	<p>À partir des contraintes : Les consignes de travail et les procédures du point de vente.</p>	La vente est finalisée. L'encaissement, la facturation et les services complémentaires sont assurés.	S.2.2. S.3.2. S.3.6. S.6.
		Les coordonnées du client sont exactes. La contribution à la fidélisation de la clientèle est conforme aux préconisations de la librairie.	S.2.2. S.3.2. S.3.6.

C.4. ANIMER L'ESPACE DE VENTE ET PROMOUVOIR LES VENTES

C.4.1. Organiser l'espace de vente de la librairie

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
<p>C.4.1.1. Proposer et réaliser des aménagements dans la librairie</p> <p>C.4.1.2. Mettre en œuvre la réglementation en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Participer au tri sélectif. ▪ Contrôler l'application des règles d'hygiène et de sécurité spécifiques à la profession. 	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le plan de la librairie. ▪ Les codes de la communication visuelle. ▪ Les règles d'organisation de l'espace du point de vente. ▪ Le matériel de présentation (vitrines, présentoirs, tables...) et de signalétique (pancartage, panneaux...). ▪ Un logiciel de PréAO. ▪ Les thématiques d'opérations d'animation et de promotion. ▪ Les textes réglementaires en matière d'hygiène et de sécurité. <p>À partir des contraintes : Consignes de travail et procédures du point de vente</p>	<p>Les aménagements proposés sont en adéquation avec le projet commercial de la librairie.</p> <p>L'application de la réglementation est vérifiée. Les anomalies sont repérées et signalées.</p>	<p>S.2.2. S.3.2. S.3.3. S.3.4. S.4.3.</p> <p>S.4.3. S.6.</p>

C.4. ANIMER L'ESPACE DE VENTE ET PROMOUVOIR LES VENTES

C.4.2. Réaliser des opérations d'animation et de promotion

SAVOIR FAIRE (être capable de...)	CONDITIONS DE RÉALISATION (on donne...)	CRITÈRES D'ÉVALUATION (on exige...)	SAVOIRS ASSOCIÉS
C.4.2.1. Concevoir et proposer des opérations d'animation et de promotion	<p>Dans le cadre : D'une entreprise donnée, d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée.</p>	Des propositions d'opérations d'animation et de promotion sont formulées en adéquation avec l'actualité, les événements culturels et le projet commercial de la librairie.	S.0. S.2. S.3.4. S.3.5. S.5.
C.4.2.2. Organiser et réaliser des opérations d'animation et de promotion	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le plan de la librairie. ▪ Des thématiques d'opérations d'animation et de promotion. ▪ Les codes de la communication visuelle. ▪ Les règles d'organisation de l'espace du point de vente. ▪ Le matériel de présentation (vitrines, présentoirs, tables...) et de signalétique (pancartage, panneaux...). ▪ Un logiciel de PréOA. ▪ Des outils de recherche bibliographique. 	Les composantes et les éléments des opérations d'animation et de promotion sont repérés, planifiés et mis en place dans le respect des procédures, des délais et des objectifs commerciaux.	S.0. S.1. S.4.3. S.3.4. S.3.5. S.5.
C.4.2.3. Réaliser des supports d'animation et de communication promotionnelle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une documentation professionnelle, des analyses, des statistiques et des documents commerciaux... ▪ La Loi du 10 août 1981 dite « Loi Lang » et ses évolutions. ▪ Les fichiers fournisseurs et collectivités. 	Les supports réalisés sont informatifs et attractifs. Ils sont adaptés au thème de l'opération d'animation et de promotion.	S.3.3. S.3.4. S.3.5. S.4.3. S.5.
C.4.2.4. Réaliser un bilan des opérations d'animation et de promotion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Matériels de bureautique et multimédias (micro-ordinateur, logiciels bureautiques et PréAO, vidéoprojecteur, périphériques et supports numériques...) 	Les points forts, les points faibles des opérations d'animation et de promotion sont repérés. Les retombées commerciales sont identifiées et mesurées.	S.2. S.4.4. S.5. S.6.
C.4.2.5. Rendre compte oralement et/ou par écrit au responsable de la librairie du bilan des opérations d'animation et de promotion	<p>À partir des contraintes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les consignes de travail et les procédures du point de vente. ▪ Les objectifs commerciaux. 	La présentation orale et/ou écrite du bilan est complète et argumentée, avec les supports adaptés.	S.3. S.5.

2. SAVOIRS ASSOCIÉS

S.0. Éléments juridiques spécifiques à l'activité de la librairie

- S.0.1. L'origine de la loi spécifique au secteur du livre
- S.0.2. La loi du 10 août 1981
- S.0.3. Les évolutions de la loi

S.1. Environnement culturel du livre

- S.1.1. Les composantes du livre
- S.1.2. La culture générale et professionnelle
- S.1.3. La librairie et l'environnement médiatique

S.2. Mercatique

- S.2.1. La démarche mercatique
- S.2.2. La mercatique appliquée au point de vente, à la librairie
- S.2.3. Le montage de projet de développement ou d'amélioration de l'offre

S.3. Communication vente

- S.3.1. Les déterminants de la communication
- S.3.2. La communication orale professionnelle
- S.3.3. La communication écrite professionnelle
- S.3.4. La communication visuelle professionnelle
- S.3.5. La communication commerciale
- S.3.6. La communication appliquée à la vente

S.4. Gestion de l'approvisionnement et implantation des livres

- S.4.1. Le réseau de distribution du livre
- S.4.2. La gestion de l'approvisionnement
- S.4.3. L'implantation des livres
- S.4.4. Les indicateurs de gestion et de performance du rayon ou de la librairie

S.5. Technologies de l'information et de la communication appliquées à la librairie

- S.5.1. Le recherche d'information
- S.5.2. Le traitement de message
- S.5.3. L'élaboration et la production de documents écrits informatisés
- S.5.4. L'élaboration et la production de documents multimédias
- S.5.5. La mise à jour, la consultation et l'exploitation de données

S.6. Économie et Droit

- S.6.1. Économie
- S.6.2. Droit

S.0. ÉLÉMENTS JURIDIQUES SPÉCIFIQUES À L'ACTIVITÉ DE LA LIBRAIRIE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.0.1. L'origine de la loi spécifique au secteur du livre</p> <p>S.0.2. La loi du 10 août 1981</p> <p>S.0.3. Les évolutions de la loi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Situer les grandes étapes de son élaboration et repérer les conséquences de son application sur le marché du livre. ▪ Repérer les principes et les modalités d'application de la loi sur l'activité du libraire. ▪ Repérer la mise en application des évolutions de la loi sur l'activité du libraire.

S.1. ENVIRONNEMENT CULTUREL DU LIVRE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.1.1. Les composantes du livre</p> <p>S.1.2. La culture générale et professionnelle</p> <p>S.1.3. La librairie et l'environnement médiatique</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualifier les composants du livre : format, papier, couverture... ▪ Identifier les déterminants du livre : auteur, droit d'auteur, éditeur, collection... ▪ Caractériser les méthodes de recherches bibliographiques. ▪ Identifier les grands courants de l'histoire de la littérature. ▪ Repérer les étapes de l'histoire du livre, de l'édition et de la librairie. ▪ Caractériser les différents types de presse : la presse littéraire (critique et information littéraire), la presse d'actualité (exploitation et appréhension de l'information politique, socioculturelle), la presse professionnelle (informations et relations interprofessionnelles). ▪ Caractériser les comportements culturels des lecteurs.

S.2. MERCATIQUE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.2.1. La démarche mercatique</p> <p>2.1.1. Les généralités</p> <p>2.1.2. Le marché du livre</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'étude du marché ▪ L'offre ▪ La demande <p>S.2.2. La mercatique appliquée au point de vente, à la librairie</p> <p>2.2.1. La clientèle de la librairie</p> <p>2.2.2. L'offre de la librairie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'assortiment de la librairie ▪ Le prix de vente dans la librairie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les composantes de la mercatique. ▪ Caractériser les besoins et motivations des consommateurs. ▪ Cerner l'évolution du comportement et des habitudes d'achat du consommateur. ▪ Préciser le pouvoir des consommateurs. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les différentes sources d'information, enquêtes et études. ▪ Repérer les principales caractéristiques du marché. ▪ Identifier les différents segments de marché. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les principaux acteurs de la chaîne du livre : auteur, éditeur, diffuseur, distributeur et libraire et dégager leur rôle. ▪ Différencier les formes de vente : vente directe et vente indirecte. ▪ Identifier les typologies des différents réseaux de vente. ▪ Différencier la concurrence directe de la concurrence indirecte. ▪ Identifier les outils d'observation de la concurrence (relevé de l'assortiment...). ▪ Caractériser les spécificités du livre ancien et d'occasion. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérer, à partir d'études et d'enquêtes sur la lecture, les différents socio-styles de lecteur : la lecture loisir, la lecture travail... ▪ Définir les modalités d'acquisition du livre : l'achat, le prêt. ▪ Cerner l'évolution des comportements de lecture. ▪ Identifier les différents segments de clientèle. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir la notion de zone de chalandise. ▪ Identifier les besoins, mobiles et freins de la clientèle. ▪ Identifier les typologies de clientèle : potentielle, temporaire, fidèle, les collectivités. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caractériser l'assortiment de la librairie. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir le rôle du prix dans le positionnement de la librairie : le poche, le broché, le relié. ▪ Identifier les règles à appliquer en matière d'encadrement des prix en librairie. ▪ Identifier les critères de positionnement de la librairie par rapport à la concurrence.

S.3. COMMUNICATION - VENTE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.3.1. Les déterminants de la communication</p> <p>3.1.1. Les dimensions de la communication</p> <p>3.1.2. Les techniques de communication</p> <p>S.3.2. La communication orale professionnelle</p> <p>3.2.1. La communication face au client</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les situations de communication ▪ Les techniques utilisées ▪ Les situations de conflit <p>3.2.2. La communication au sein de l'équipe de l'unité commerciale, de la librairie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les situations de communication ▪ Les techniques utilisées <p>S.3.3. La communication écrite professionnelle</p> <p>3.3.1. L'écrit professionnel et sa place dans la communication</p> <p>3.3.2. La valorisation des messages</p> <p>3.3.3. les outils de communication internes, externes</p> <p>S.3.4. La communication visuelle professionnelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir la dimension sociale, culturelle, émotionnelle, environnementale de la communication. ▪ Définir et indiquer les principes d'utilisation des différentes techniques : l'observation, le questionnement, l'écoute active et la reformulation. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les composantes (contexte, interlocuteurs, objectifs, problématiques...) des situations de communication et préciser les contraintes. ▪ Définir les éléments de la communication orale : éléments verbaux et non verbaux, paralangage... ▪ Identifier les techniques de communication orale. ▪ Identifier les situations de conflit et les techniques à utiliser pour les prévenir et les résoudre. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les composantes (contexte, interlocuteurs, objectifs, problématiques...) des situations de communication et préciser les contraintes. ▪ Caractériser le fonctionnement d'un groupe. ▪ Identifier les techniques d'animation, de prise de parole, de soutenance de projet devant un groupe. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caractériser les différents types d'écrits professionnels : note, rapport, compte rendu, courrier... ▪ Préciser les critères de choix d'un type d'écrits dans des situations données. ▪ Indiquer les composantes de la communication écrite professionnelle. ▪ Définir les éléments et les techniques de mise en forme des écrits professionnels. ▪ Indiquer les moyens de présentation pour la mise en valeur des informations. ▪ Préciser les conditions et les règles d'utilisation d'une charte graphique. ▪ Caractériser les supports de la communication visuelle professionnelle de la librairie, décrire leur principe d'utilisation, leurs objectifs. ▪ Dégager les techniques et principes de réalisation des supports de communication visuelle professionnelle simples de la librairie (affiches, pancartage, Publicité sur le Lieu de Vente, Information sur le Lieu de Vente, diaporama...).

S.3. COMMUNICATION - VENTE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.3.5. La communication commerciale</p> <p>S.3.6. La communication appliquée à la vente</p> <p>3.6.1. L'entretien de vente en face à face</p> <p>3.6.2. L'entretien téléphonique</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les moyens de communication commerciale de la librairie, en indiquer les objectifs, les rôles et les modalités de mise en place (publicité média et hors média). ▪ Identifier les différents types d'animations et de promotions commerciales en librairie : caractéristiques, objectifs, modalités de mise en place... ▪ Identifier les différents événements commerciaux en relation avec la librairie. ▪ Caractériser les enjeux de la participation de la librairie à un événement donné. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérer les différentes phases de l'entretien de vente, en dégager les règles, principes et techniques à mettre en œuvre. ▪ Identifier les attitudes du vendeur libraire en fonction de la nature de la situation de vente, du contexte, du ou des interlocuteurs, des objectifs de vente et des contraintes. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les différentes situations d'entretien téléphonique. ▪ Repérer les différentes phases de l'entretien téléphonique, en dégager les règles, principes et techniques à mettre en œuvre.

S.4. GESTION DE L'APPROVISIONNEMENT ET IMPLANTATION DES LIVRES

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.4.1. Le réseau de distribution du livre</p> <p>4.1.1. l'éditeur, le diffuseur, le distributeur</p> <p>4.1.2. Le grossiste</p> <p>S.4.2. La gestion de l'approvisionnement</p> <p>4.2.1. Les achats</p> <p>4.2.2. La gestion des stocks</p> <p>4.2.3. Les retours</p> <p>4.2.4. Les conditions de règlement fournisseurs</p> <p>S.4.3. L'implantation des livres</p> <p>4.3.1. La réception des livres</p> <p>4.3.2. Le classement des ouvrages</p> <p>4.3.3. Le merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'espace de vente ▪ L'implantation des rayons ▪ Les livres dans les rayons <p>4.3.4. Les règles d'hygiène et de sécurité</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Énumérer les groupes de d'édition, de distribution et de diffusion. ▪ Caractériser les modes et conditions de transport. ▪ Identifier les conditions générales de vente, cerner leurs objectifs et leur rôle. ▪ Différencier les réseaux (imports, livres en langue étrangère...). <ul style="list-style-type: none"> ▪ Énumérer et qualifier les différents types d'achat : offices, réassort, opérations, campagnes, dépôts... ▪ Identifier les procédures et modalités d'achat. ▪ Distinguer les surremises des échéances. ▪ Identifier un budget d'achat. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir le suivi des stocks, un état des stocks, les notions de rupture et de surstock. ▪ Calculer un stock moyen, un coefficient de rotation des stocks, établir un état des stocks. ▪ Identifier les procédures et les modalités d'un inventaire. ▪ Décrire et préciser l'intérêt de l'inventaire, l'inventaire permanent. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les conditions de retours chez les fournisseurs. ▪ Identifier les procédures et modalités de retour et les enjeux. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caractériser les conditions et modes de règlement. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les documents et les procédures de réception des livres (bordereaux de livraison, factures, bons de dépôts...). ▪ Repérer les règles de sécurité liées à la réception et à la mise en rayon des livres. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distinguer les différents modes de classement du rayon, de la table, des commandes, de la réserve, des lieux d'animation. ▪ Présenter l'intérêt de la ventilation sur le point de vente. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et caractériser les composantes de l'agencement de la surface de vente de la librairie : les facteurs d'ambiance, les mobiliers d'exposition, la signalétique, les vitrines... ▪ Identifier les principes et règles d'agencement de la surface de vente de la librairie. ▪ Définir et indiquer les principes et les règles de la présentation marchande des livres sur la surface de vente : en vitrines, en rayon, sur tables, sur présentoirs... ▪ Repérer les règles d'hygiène et de sécurité liées à l'agencement de l'espace de vente et à la présentation marchande des livres.

S.4. GESTION DE L'APPROVISIONNEMENT ET IMPLANTATION DES LIVRES

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
S.4.4. Les indicateurs de gestion et de performance du rayon ou de la librairie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les indicateurs de performance du rayon ou de la librairie, identifier leur intérêt et leur méthode de détermination. ▪ Calculer ou déterminer : le chiffre d'affaires, la marge brute, la rotation, l'équilibre fonds/nouveautés du rayon ou de la librairie. ▪ Identifier les indicateurs de mesure de l'attractivité du rayon, des vitrines... ▪ Définir les outils de mesure de la satisfaction de la clientèle : rôle, principes, modalités de mise en place. ▪ Déterminer les coûts et la rentabilité d'une opération d'animation ou de promotion réalisée par la librairie.

S.5. TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION APPLIQUÉES À LA LIBRAIRIE

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
S.5.1. La recherche d'informations sur Internet ou sur des supports numériques et leur exploitation	Identifier et caractériser : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les différentes informations sur Internet : nature, objectifs, présentation, validité, aspects réglementaires et juridiques. ▪ Les sources d'information sur le métier de libraire, le marché du livre, la clientèle, la concurrence, la conjoncture économique et les éléments du droit du livre... ▪ Les fonctionnalités d'un logiciel de navigation : consultation des pages, enregistrement, impression, édition de favoris... ▪ Les fonctionnalités d'un moteur de recherche : les méthodes de recherche (mots clefs, rubriques, requêtes...). ▪ Les règles de consultation, de classement et de stockage.
S.5.2. Le traitement de messages au travers de l'Internet et des réseaux locaux	Identifier et caractériser : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les différents messages électroniques émanant ou à destination des clients, de l'entreprise, des fournisseurs (nature, objet, forme...), et leurs règles de présentation et d'élaboration (courriel...). ▪ Les fonctionnalités d'un logiciel de messagerie électronique : envoi, réception, traitement, classement de messages...
S.5.3. L'élaboration et la production de documents écrits informatisés	Identifier et caractériser : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les documents écrits informatisés (rapports, comptes rendus, notes, dossiers...), et leurs règles de présentation. ▪ Les objets de présentation informatisée : texte, images, graphiques, tableaux... ▪ Les fonctionnalités des logiciels de bureautique de base : traitement de texte, tableur...
S.5.4. L'élaboration et la production de documents informatisés multimédias à destination des clients	Identifier et caractériser : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les documents commerciaux multimédias d'aide à la vente, (présentation de l'entreprise, catalogue, argumentaire, offre produits, fiche...), et leurs règles de présentation. ▪ Les objets de présentation informatisée : son, image, texte, hyperliens, vidéo... ▪ Les fonctionnalités d'un logiciel de présentation assistée par ordinateur (PréAO).
S.5.5. La mise à jour, la consultation et l'exploitation de données numériques relatives à la relation client	Identifier et caractériser : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les informations détenues dans des bases de données de gestion de la relation client (GRC). ▪ Les principes de consultation, de mise à jour et d'exploitation des bases de données de GRC. ▪ Les principales fonctionnalités d'un logiciel ou d'une application en ligne de GRC. ▪ Les principales fonctionnalités d'un logiciel de gestion commerciale.

S.6. ÉCONOMIE ET DROIT

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.6.1. ÉCONOMIE</p> <p>6.1.1. L'entreprise et le tissu économique</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La diversité des entreprises ▪ Les partenaires de l'entreprise <p>6.1.2. La gestion des ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les besoins en personnel ▪ La rémunération ▪ La formation et la promotion du personnel <p>6.1.3. L'organisation et le management de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les principes de base de l'organisation ▪ Le management : objectifs, modalités, caractéristiques <p>6.1.4. Les outils de gestion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ les ratios du secteur professionnel <p>6.1.5. L'évolution de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les objectifs d'évolution de l'entreprise ▪ Les modalités de la croissance de l'entreprise ▪ L'investissement et son financement <p>6.1.6. L'environnement de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La conjoncture économique générale : croissance, inflation, emploi, commerce extérieur ▪ L'ouverture internationale de l'entreprise ▪ L'Union Européenne 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caractériser l'entreprise : activité, taille, appartenance à un secteur, une branche, un groupe. ▪ Caractériser l'organisation d'une entreprise et sa structure. ▪ Identifier les interlocuteurs de l'entreprise. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser les situations dans lesquelles l'entreprise est amenée à recruter, à licencier, à ne pas embaucher. ▪ Identifier les composantes de la masse salariale. ▪ Dégager les avantages et les inconvénients d'un système de rémunération lié aux résultats ou individualisé. ▪ Analyser la politique de formation continue et de promotion interne d'une entreprise, en suivre les principaux effets économiques (coûts, efficacité du travail). <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caractériser les objectifs et les principales fonctions de l'entreprise. ▪ Identifier les caractéristiques structurelles de l'entreprise. ▪ Caractériser les différents types d'animation et de direction de l'entreprise. ▪ Montrer la nécessité de l'information et de la communication. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les documents de synthèse : bilan et compte de résultat. ▪ Calculer et analyser les ratios utiles à la gestion du rayon ou de la librairie. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier, à partir d'exemples concrets, la nécessité et les modalités de la croissance de l'entreprise. ▪ Analyser les forces et les faiblesses des PMI et des PME. ▪ Identifier les principales caractéristiques d'un l'investissement. ▪ Caractériser les modalités de financement d'un investissement. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les conséquences pour l'entreprise d'une évolution des éléments de la conjoncture générale. ▪ Identifier, à partir de cas concrets, les objectifs et les différentes formes de l'internationalisation des entreprises. ▪ Apprécier, à partir d'une situation concrète, les conséquences pour l'entreprise de l'appartenance de la France à l'Union Européenne.

S.6. ÉCONOMIE ET DROIT

CONNAISSANCES (notions et principes)	LIMITES DE CONNAISSANCES (niveau exigé : s'en tenir à...)
<p>S.6.2. DROIT</p> <p>6.2.1. L'entreprise et l'organisation judiciaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les juridictions de l'ordre judiciaire ▪ Les voies de recours de l'ordre judiciaire <p>6.2.2. Le statut juridique de l'entreprise</p> <p>6.2.3. L'entreprise et le contrat de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Notions générales ▪ La liberté contractuelle et ses conséquences ▪ Les clauses particulières <p>6.2.4. La responsabilité de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La distinction entre responsabilité civile et responsabilité pénale <p>6.2.5. Le contrat de travail</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les dispositions législatives, réglementaires ou conventionnelles ▪ La convention collective nationale ▪ Le règlement intérieur ▪ Les types de contrat de travail ▪ La suspension, la modification, la rupture du contrat de travail <p>6.2.6. La représentation et l'action collective des salariés</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La négociation collective ▪ Le droit d'expression des salariés ▪ Les syndicats ▪ Les organismes représentatifs du personnel : délégués du personnel, délégués syndicaux, comité d'entreprise ▪ Les conflits collectifs et leur mode de règlement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et caractériser les différentes juridictions susceptibles d'intervenir dans un litige impliquant l'entreprise. ▪ Définir les règles essentielles en matière de compétence des tribunaux. ▪ Identifier le rôle des principaux acteurs du système judiciaire. ▪ Identifier et caractériser les principaux statuts des sociétés commerciales. ▪ Reconnaître l'objet et les obligations des parties. ▪ Distinguer obligation de moyen et obligation de résultat. ▪ Identifier les conditions de validité des contrats. ▪ Déterminer l'attitude à adopter face à l'inexécution du contrat. ▪ Distinguer les conséquences de la présence de clauses particulières. ▪ Identifier l'existence des éléments constitutifs de la responsabilité. ▪ Reconnaître s'il s'agit de responsabilité pénale ou de responsabilité civile. ▪ Dégager les conséquences de la mise en jeu de la responsabilité. ▪ Suivre les évolutions des textes législatifs, réglementaires et conventionnels. ▪ Repérer les éléments du règlement intérieur. ▪ Identifier les différents types de contrats de travail. ▪ Caractériser la rupture du contrat de travail. ▪ Indiquer le mode de conclusion, le champ d'application et le rôle des accords d'entreprise et des conventions collectives. ▪ Énumérer les principales attributions des syndicats professionnels et des institutions représentatives du personnel. ▪ Dégager le principe et les limites du droit de grève. ▪ Identifier les modes de règlement des conflits collectifs.

Unités constitutives du référentiel de certification

Liste des unités constitutives du référentiel de certification

Unité U11	Épreuve E1 sous-épreuve E11	MERCATIQUE
Unité U12	Épreuve E1 sous-épreuve E12	GESTION COMMERCIALE
Unité U21	Épreuve E2 sous-épreuve E21	PRATIQUE DE LA VENTE CONSEIL
Unité U22	Épreuve E2 sous-épreuve E22	PRATIQUE DE L'ANIMATION ET DE LA PROMOTION
Unité U30	Épreuve E3	MONTAGE DE PROJET ET SOUTENANCE
Unité U40	Épreuve E4	ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES
Unité U50	Épreuve E5	EXPRESSION ET OUVERTURE SUR LE MONDE
Unité UF1	Épreuve FACULTATIVE	LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

Tableau de correspondance entre compétences et unités constitutives du Brevet Professionnel *LIBRAIRE*

COMPÉTENCES	U11	U12	U21	U22	U30	U40
C1. Gérer culturellement et économiquement l'assortiment						
C11. Suivre l'actualité et la production éditoriale	X				X	
C12. Adapter l'offre	X				X	
C13. Négocier les achats		X			x	
C14. Gérer les retours		X			x	
C2. Implanter les livres et approvisionner la librairie						
C21. Organiser l'offre		X		X	X	
C22. Assurer la réception des commandes et le suivi des stocks		X			x	
C3. Vendre les livres						
C31. Réaliser la vente de livres			X		x	
C32. Vendre à distance et aux collectivités		X	x		x	
C4. Animer l'espace de vente et promouvoir les ventes						
C41. Organiser l'espace de vente de la librairie				X	X	
C42. Réaliser des opérations d'animation et de promotion				X	X	

NB. X = validation de toutes les compétences
x = validation d'une partie des compétences

Epreuve E5/U50-expression française et ouverture sur le monde

L'unité « expression française et ouverture sur le monde » englobe les compétences mentionnées dans le référentiel « expression et ouverture sur le monde » annexé à la note de service n°93-080 du 19 janvier 1993 (Bo n°5 du 4 février 1993) relative aux objectifs, contenus et capacités de l'enseignement du français et du monde actuel communs à l'ensemble des brevets professionnels.

ANNEXE III

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Brevet Professionnel LIBRAIRE			CFA ou sections d'apprentissage habilités		Formation continue en établissements publics habilités		CFA ou sections d'apprentissage non habilités	
			Formation continue en établissements publics		Enseignement à distance		Formation continue en établissements privés	
Épreuves	Unités	Coef	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée
E1 - Préparation et suivi de l'activité commerciale de la librairie		6						
Sous-épreuve E11-mercatique	U.11	4	Ponctuelle écrite	3 h	CCF		Ponctuelle écrite	3 h
Sous-épreuve E12-gestion commerciale	U.12	2	Ponctuelle écrite	2 h	CCF		Ponctuelle écrite	2 h
E2 - Pratique professionnelle		6						
Sous-épreuve E21-pratique de la vente conseil	U.21	4	CCF		CCF		Ponctuelle orale et pratique	45 min
Sous-épreuve E22-pratique de l'animation et de la promotion	U.22	2	CCF		CCF		Ponctuelle orale et pratique	3 h
E3 - Montage de projet et soutenance	U.30	3	Ponctuelle orale	30 min	CCF		Ponctuelle orale	30 min
E4 - Environnement économique et juridique des activités professionnelles	U.40	2	Ponctuelle écrite	2 h	CCF		Ponctuelle écrite	2 h
E5 – Expression française et ouverture sur le monde	U.50	3	Ponctuelle écrite	3 h	CCF		Ponctuelle écrite	3 h
Épreuve facultative (1) Langue vivante étrangère	UF		Orale	15 min préparation + 15 min interrogation				

(1) Seuls les points supérieurs à 10/20 sont pris en compte pour le calcul de la moyenne générale en vue de l'obtention du diplôme.

ANNEXE IV

DÉFINITION DES ÉPREUVES

DÉFINITION DES ÉPREUVES

E1 - PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE LA LIBRAIRIE

Coefficient : 6

Sous-épreuve E11. **MERCATIQUE** U11.

Sous-épreuve E12. **GESTION COMMERCIALE** U12.

Finalités de l'épreuve :

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à mobiliser ses compétences et ses savoirs en vue de l'analyse de situations professionnelles et de la résolution de problèmes liés à la préparation et au suivi de l'activité commerciale de la librairie.

► Sous-épreuve E11. **MERCATIQUE**

Coefficient : 4

Objectifs :

Cette sous-épreuve vise à évaluer la maîtrise des compétences et des techniques mises en œuvre en matière d'analyse et de résolution de problèmes liés à l'adaptation de l'assortiment de la librairie.

Contenu :

C.1.1. Suivre l'actualité et la production éditoriale

C.1.2. Adapter l'offre

De **C.1.2.1.** *Dégager les caractéristiques de la politique commerciale du point de vente* à **C.1.2.6.** *Proposer un assortiment adapté*

Critères d'évaluation :

- Qualité de la production écrite.
- Respect des consignes.
- Compréhension de la situation professionnelle.
- Maîtrise des techniques commerciales et de mercatique.
- Exactitude des résultats.
- Pertinence des choix et des solutions proposées.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle écrite - Durée : 3 heures

Plusieurs « situations problèmes » liées à l'adaptation de l'assortiment de la librairie accompagnées d'un dossier comportant la situation professionnelle d'une librairie, des documents sur son environnement culturel et commercial, des données relatives à ses performances, sont proposées au candidat en vue de leur analyse et résolution. Pour chacune d'elles, le candidat effectue les calculs, comparaisons et analyses nécessaires à son traitement et propose des choix ou des solutions en termes d'assortiment de livres.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion de trois situations d'évaluation d'égale importance, réalisées au cours de la deuxième année de formation. Ces trois situations d'évaluation sont organisées par le ou les professeurs (ou formateurs) ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences énumérées ci-dessus. Elles donnent lieu à une production écrite du candidat. Les critères d'évaluation sont ceux requis dans le cadre de l'évaluation ponctuelle correspondante.

Chaque situation d'évaluation prend la forme d'une « situation problème » liée à l'adaptation de l'assortiment de la librairie, accompagnée d'une documentation, et proposée au candidat en vue de son analyse et de sa résolution.

À l'issue des trois situations d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis dans le cadre des épreuves ponctuelles correspondantes, le ou les professeurs (ou formateurs) de l'établissement ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences visées par la sous-épreuve, adresse(nt) au jury une fiche d'analyse et d'évaluation du travail réalisé par le candidat assortie d'une proposition de note.

Le jury pourra éventuellement demander à avoir communication de tous documents tels que les sujets proposés lors de chaque situation d'évaluation et les prestations réalisées par le candidat à cette occasion. Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

► Sous-épreuve E12. GESTION COMMERCIALE

Coefficient : 2

Objectifs :

Cette sous-épreuve vise à évaluer la maîtrise des techniques mises en œuvre dans l'exercice des activités de gestion commerciale de la librairie.

Contenu :

- C.1.3.** Négocier des achats
- C.1.4.** Gérer les retours
- C.2.1.** Organiser l'offre
- C.2.2.** Assurer la réception des commandes et le suivi des stocks
- C.3.2.** Vendre à distance et aux collectivités

Critères d'évaluation :

- Qualité de la production écrite.
- Respect des consignes.
- Compréhension de la situation professionnelle.
- Maîtrise des techniques de gestion.
- Exactitude des résultats et des informations portées sur les documents.
- Pertinence des choix et des solutions proposées.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle écrite - Durée : 2 heures

Plusieurs « exercices » liés à la gestion commerciale de la librairie, éventuellement accompagnés d'une documentation, sont proposés au candidat en vue de leur résolution. Pour chacun d'eux, le candidat effectue les calculs, comparaisons et analyses nécessaires à la production des réponses demandées.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion de trois situations d'évaluation d'égale importance, réalisées au cours de la deuxième année de formation. Ces trois situations d'évaluation sont organisées par le ou les professeurs (ou formateurs) ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences énumérées ci-dessus. Elles donnent lieu à une production écrite du candidat. Les critères d'évaluation sont ceux requis dans le cadre de l'évaluation ponctuelle correspondante.

Chaque situation d'évaluation prend la forme d'un « exercice » lié à la gestion commerciale de la librairie, éventuellement accompagné d'une documentation, et proposé au candidat en vue de sa résolution.

À l'issue des trois situations d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis dans le cadre des épreuves ponctuelles correspondantes, le ou les professeurs (ou formateurs) de l'établissement ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences visées par la sous-épreuve, adresse au jury une fiche d'analyse et d'évaluation du travail réalisé par le candidat assortie d'une proposition de note.

Le jury pourra éventuellement demander à avoir communication de tous documents tels que les sujets proposés lors de chaque situation d'évaluation et les prestations réalisées par le candidat à cette occasion. Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

E2 - PRATIQUE PROFESSIONNELLE EN LIBRAIRIE

Coefficient : 6

Sous-épreuve E21.	PRATIQUE DE LA VENTE CONSEIL	U21
Sous-épreuve E22.	PRATIQUE DE L'ANIMATION ET DE LA PROMOTION	U22

Finalités de l'épreuve :

Cette épreuve vise à apprécier l'acquisition et la maîtrise des compétences mises en œuvre dans la pratique en librairie des activités de vente conseil, d'animation et de promotion.

► Sous-épreuve E21. PRATIQUE DE LA VENTE CONSEIL Coefficient : 4

Objectifs :

Cette sous-épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à conduire une vente conseil.

Contenu :

- C.3.1. Réaliser la Vente de livres
- C.3.2. Vendre à distance et aux collectivités

Critères d'évaluation :

- Qualité de la communication.
- Maîtrise des techniques de vente.
- Maîtrise de la connaissance des produits.
- Maîtrise des outils d'aide à la vente.
- Pertinence des choix et des solutions proposées.
- Aptitude à argumenter et à convaincre.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle orale et pratique - Durée totale : 45 minutes

Préparation : 20 min / Simulation : 15 min / Analyse : 10 min

La sous-épreuve consiste en la réalisation par le candidat d'une simulation de vente conseil d'une durée maximale de 15 minutes. Elle se déroule dans une librairie générale traditionnelle désignée par le service chargé de l'organisation de l'examen.

La commission d'interrogation est composée de deux personnes : un professeur de vente et un professionnel de la librairie. Le candidat tire au sort le rayon de la librairie sur lequel portera la simulation. Il bénéficie d'un temps de préparation de 20 minutes pour s'approprier son environnement de vente. Après cette phase, le candidat réalise la simulation : un entretien de vente conseil, de l'accueil à la prise de congé, avec un des membres de la commission d'interrogation qui joue le rôle du client. Le second membre de la commission d'interrogation observe la simulation.

À l'issue de sa prestation, le candidat effectue en 10 minutes maximum, devant la commission d'interrogation, l'analyse de son entretien de vente en mettant en valeur les points forts, les points faibles et les éventuelles situations de blocage de sa vente.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion d'une situation d'évaluation réalisée durant la deuxième année de formation. Elle se déroule en milieu professionnel, dans l'entreprise d'accueil ou lieu d'apprentissage.

Elle s'appuie sur la réalisation par le candidat d'une vente conseil réelle ou simulée, dans le cadre des activités habituelles de la librairie. Le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou le maître d'apprentissage) se concertent pour définir la période et le contexte de la situation d'évaluation qui sera réalisée par le candidat en milieu professionnel. Le tuteur en entreprise observe la prestation du candidat et positionne son niveau de compétence dans l'activité de vente conseil.

Les critères d'évaluation de la sous-épreuve sont établis sur la base du référentiel de certification et sont explicités dans un document remis à l'entreprise par le centre de formation et validé au plan national. En fin de formation, le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur (ou maître d'apprentissage) arrêtent conjointement une proposition de note finale et une appréciation pour la sous-épreuve, à destination du jury de délibération.

La proposition de note et l'appréciation sont accompagnées des grilles d'évaluation permettant de les justifier et d'une fiche descriptive du contexte de la situation d'évaluation proposée au candidat.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

► **Sous-épreuve E22. PRATIQUE DE L'ANIMATION ET DE LA PROMOTION** **Coefficient : 2**

Objectifs :

Cette sous-épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à concevoir et à réaliser tout ou partie d'une opération d'animation ou de promotion adaptée et attractive.

Contenu :

- C.4.1.** Organiser l'espace de vente de la librairie
- C.4.2.** Réaliser des opérations d'animation et de promotion

Critères d'évaluation :

- Maîtrise des techniques d'animation et de promotion.
- Maîtrise des techniques de merchandising.
- Maîtrise de la communication commerciale.
- Qualité et degré d'attractivité de la réalisation.
- Pertinence et cohérence des choix et des solutions proposées.
- Aptitude à argumenter et à convaincre.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle orale et pratique - Durée totale : 3 heures

Réalisation : 2 h 45 min / Présentation : 15 min

La sous-épreuve consiste en la réalisation par le candidat en 2 h 45 min, d'un espace d'animation sous la forme d'une vitrine. Elle s'effectue devant une commission d'interrogation composée d'un professeur de vente et d'un professionnel de la librairie. À l'issue de cette réalisation, le candidat dispose de 15 minutes pour présenter sa vitrine à la commission et justifier ses choix.

Avant la sous-épreuve, le candidat remet à la commission d'interrogation, à la date arrêtée par le recteur, une fiche signalétique recto-verso d'une librairie. Cette fiche est élaborée avec l'outil informatique et comporte : le nom de l'enseigne de la librairie, la surface de vente, le schéma

d'implantation, la typologie de clientèle, la ventilation des rayons, le chiffre d'affaires, les principaux concurrents...

En cas d'absence de fiche, la commission d'interrogation attribue un thème d'animation et de promotion au candidat.

À partir de cette fiche, la commission d'interrogation définit et indique au candidat, en début de sous-épreuve, un thème d'animation-promotion. En fonction de ce thème, le candidat réalise la vitrine. La sous-épreuve se déroule en centre d'examen ou centre d'interrogation. Le candidat dispose pour la réalisation de la vitrine, de la matière d'œuvre, de la documentation et des outils nécessaires, fournis par le centre.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion d'une situation d'évaluation réalisée durant de la deuxième année de formation. Elle se déroule en milieu professionnel, dans l'entreprise d'accueil ou lieu d'apprentissage.

Elle s'appuie sur la réalisation par le candidat d'une vitrine, dans le cadre des activités habituelles d'animation-promotion de la librairie. Le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou le maître d'apprentissage) se concertent pour définir la période et le contexte de la situation d'évaluation qui sera réalisée par le candidat en milieu professionnel. Le tuteur en entreprise observe la réalisation du candidat et positionne son niveau de compétence dans l'activité d'animation-promotion.

Les critères d'évaluation de la sous-épreuve sont établis sur la base du référentiel de certification et sont explicités dans un document remis à l'entreprise par le centre de formation et validé au plan national. En fin de formation, Le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur (ou maître d'apprentissage) arrêtent conjointement une proposition de note finale et une appréciation pour la sous-épreuve à destination du jury de délibération.

La proposition de note et l'appréciation sont accompagnées des grilles d'évaluation permettant de les justifier et d'une fiche descriptive du contexte de la situation d'évaluation proposée au candidat.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

E3 - MONTAGE DE PROJET ET SOUTENANCE

U30 Coefficient : 3

Objectifs :

Cette épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à mobiliser l'ensemble de ses compétences pour élaborer, monter, présenter et soutenir un projet de développement ou d'amélioration de l'offre de la librairie.

Contenu :

C.1.2.7. Concevoir, monter et présenter un projet de développement ou d'amélioration de l'offre de la librairie en termes d'assortiment, de services, de méthodes de vente, d'organisation, d'agencement...

C.1.1. Suivre l'actualité et la production éditoriale

C.1.2. Adapter l'offre

C.2.1. Organiser l'offre

C.4.1. Organiser l'espace de vente de la librairie

C.4.2. Réaliser des opérations d'animation et de promotion

Critères d'évaluation :

- Respect de la démarche de projet.
- Qualité rédactionnelle.
- Exactitude du diagnostic.
- Qualité des analyses.
- Pertinence et cohérence des choix et des solutions proposées.
- Utilisation judicieuse de supports de communication
- Aptitude à argumenter et à convaincre.

Support de l'épreuve :

L'épreuve s'appuie sur le montage d'un projet élaboré par le candidat durant sa formation. Le projet est en lien direct avec la librairie dans laquelle a travaillé le candidat. Il doit être personnel et revêtir un caractère authentique. Il sert de base à une présentation orale faisant appel aux techniques de l'information et de la communication.

Le projet élaboré par le candidat porte sur le développement ou l'amélioration de l'offre de la librairie. Il peut viser à améliorer l'adaptation de l'assortiment actuel, son implantation, son approvisionnement, des procédures de travail ou encore le développement d'actions de promotion ou d'animation. Le projet s'appuie sur la réalisation d'un diagnostic, la définition d'une problématique, la recherche et l'analyse de causes, le repérage de solutions envisageables, l'identification des contraintes internes et externes et enfin, sur le choix de la solution préconisée.

Le montage du projet fait l'objet de la réalisation d'un dossier « projet » de 20 à 25 pages maximum hors annexes, sur support papier, élaboré avec l'outil informatique, d'une moyenne de 1500 signes par page. Il peut être accompagné de quelques annexes en nombre limité et en lien direct avec l'objet du projet.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle orale - Durée totale : 30 minutes

Le dossier « projet » rédigé par le candidat est remis préalablement à l'épreuve. Il constitue une base de travail pour la commission d'interrogation qui en apprécie la qualité et l'utilise pour préparer son interrogation, Elle s'y réfère tout au long de l'épreuve.

Le recteur fixe la date à laquelle le dossier « projet » est remis en deux exemplaires par le candidat au service chargé de l'organisation de l'examen. En cas de dossier non rendu à la date arrêtée, l'interrogation du candidat ne peut avoir lieu. Le jury informe le candidat que la note zéro lui est attribuée.

L'épreuve se déroule en deux phases successives :

1. Exposé par le candidat de son projet - Durée : 10 minutes maximum

Le candidat est amené, sans être interrompu, à présenter son projet devant la commission d'interrogation.

2. Entretien avec la commission d'interrogation - Durée : 20 minutes maximum

À partir de l'exposé précédent et du dossier « projet » remis préalablement par le candidat, la commission d'interrogation s'entretient avec celui-ci pour obtenir des précisions sur la démarche de projet mise en œuvre et sur la justification des choix ou solutions proposés.

La commission d'interrogation est composée d'un professeur ou formateur et d'un professionnel de la librairie. Le candidat peut utiliser différents supports multimédias pour accompagner son exposé. Il veillera à disposer du matériel nécessaire à la présentation de ses supports et prendra préalablement contact avec le centre d'examen pour en assurer son installation.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion d'une situation d'évaluation réalisée durant la deuxième année de formation, dès que le candidat est en mesure de présenter son projet. Elle se déroule en centre de formation.

L'épreuve se déroule en deux phases successives identiques à celles de la forme ponctuelle :

1. Exposé par le candidat de son projet - Durée : 10 minutes maximum

Le candidat est amené, sans être interrompu, à présenter son projet devant le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou maître d'apprentissage).

2. Entretien avec la commission d'interrogation - Durée : 20 minutes maximum

À partir de l'exposé précédent et du dossier « projet » remis préalablement par le candidat, le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou maître d'apprentissage) s'entretiennent avec celui-ci pour obtenir des précisions sur la démarche de projet mise en œuvre et sur la justification des choix ou solutions proposées.

Le candidat peut utiliser différents supports multimédias pour accompagner son exposé. Il utilisera les matériels multimédias disponibles dans son centre de formation.

Les critères d'évaluation de l'épreuve sont établis sur la base du référentiel de certification et sont explicités dans un document remis au centre de formation et validé au plan national. À l'issue des deux phases de la situation d'évaluation, le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou maître d'apprentissage) arrêtent conjointement une proposition de note finale et une appréciation pour l'épreuve, à destination du jury de délibération.

La proposition de note et l'appréciation sont accompagnées des grilles d'évaluation permettant de les justifier.

Le jury pourra éventuellement demander à avoir communication de tous documents tels que le dossier « projet » et les éventuels supports de présentation du candidat. Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

E4 - ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

U40 Coefficient : 2

Objectifs :

Cette épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à mobiliser des méthodes et des connaissances afin de traiter des informations économiques et juridiques en liaison avec les activités professionnelles de la librairie.

Contenu :

- S.0.** Éléments juridiques spécifiques à l'activité de la librairie
- S.6.** Économie et Droit

Critères d'évaluation :

- Maîtrise du vocabulaire économique et juridique.
- Pertinence et rigueur des analyses.
- Respect des consignes.
- Compréhension de la situation professionnelle.
- Exactitude des connaissances mobilisées.
- Cohérence du raisonnement.

Formes de l'évaluation :

A. Ponctuelle écrite - Durée : 2 heures

L'épreuve comporte plusieurs questions en relation avec les activités professionnelles de la librairie. Le traitement de ces questions nécessite de la part du candidat :

- Des analyses et la mobilisation de connaissances économiques et juridiques.
- L'exploitation d'un ou plusieurs documents (textes, graphiques, articles de presse...) sur l'environnement économique et juridique de la librairie et du secteur du livre, en lien avec l'actualité.
- La production de réponses rédigées et argumentées.

B. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion de deux situations d'évaluation d'égale importance, réalisées au cours de la deuxième année de formation. Ces deux situations d'évaluation sont organisées par le ou les professeurs (ou formateurs) ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences énumérées ci-dessus. Elles donnent lieu à une production écrite du candidat. Les critères d'évaluation sont ceux requis dans le cadre de l'évaluation ponctuelle correspondante.

Chaque situation d'évaluation prend la forme d'une série de questions en relation avec les activités professionnelles de la librairie. Le traitement de ces questions nécessite de la part du candidat :

- Des analyses et la mobilisation de connaissances économiques et juridiques.
- L'exploitation d'un ou plusieurs documents (textes, graphiques, articles de presse...) sur l'environnement économique et juridique de la librairie et du secteur du livre, en lien avec l'actualité.
- La production de réponses rédigées et argumentées.

À l'issue des deux situations d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis dans le cadre des épreuves ponctuelles correspondantes, le ou les professeurs (ou formateurs) de l'établissement ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences visées par la sous-épreuve, adresse au jury une fiche d'analyse et d'évaluation du travail réalisé par le candidat assortie d'une proposition de note.

Le jury pourra éventuellement demander à avoir communication de tous documents tels que les sujets proposés lors de chaque situation d'évaluation et les prestations réalisées par le candidat à cette occasion. Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note. L'inspecteur de l'éducation nationale chargé de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation, organisée sous la responsabilité du chef d'établissement.

E5 - EXPRESSION FRANÇAISE ET OUVERTURE SUR LE MONDE

U50

Coefficient : 3

Objectifs :

L'épreuve vise à évaluer les acquis du candidat par rapport aux capacités et compétences des référentiels « français » et « monde actuel ». Pour ce qui concerne la définition et le contenu de cette épreuve, il convient de se reporter aux annexes I et II de la note de service n°93-080 du 19 janvier 1993 (BO n°5 du 4 février 1993).

Formes de l'épreuve :

A. Ponctuelle écrite - Durée 3 heures

À partir d'un dossier constitué de plusieurs documents (textes, images, graphiques, cartes, tableaux de données numériques) et traitant d'un sujet d'actualité, le candidat répondra de façon rédigée ou analytique à des questions et élaborera graphique, carte, croquis ou tableau de données numériques. Il sera évalué à parts égales sur les compétences d'expression française et de monde actuel, le barème indiqué précisant cette répartition.

Le dossier proposé n'excèdera pas six pages dactylographiées. Une des questions doit obligatoirement permettre une évaluation spécifique de l'expression écrite : développement rédigé avec introduction et conclusion, résumé, lettre...

B. Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation est constitué de trois situations d'évaluation portant sur des sujets différents : une relative à l'évaluation de l'expression orale et deux relatives à l'évaluation de l'expression écrite.

- L'évaluation orale et une des deux évaluations écrites s'appuient sur un ensemble organisé de documents (textes, graphiques, cartes, images...) portant sur un sujet lié à la vie contemporaine, à l'économie, à la société et à la profession.
- La deuxième évaluation écrite s'appuie sur un document unique.

1. Évaluation de l'expression orale

Coefficient 1 - durée 20 minutes maxi.

La situation d'évaluation consiste en :

- Une présentation au professeur et aux auditeurs, de documents choisis par le candidat et réunis dans un dossier qui n'excède pas cinq pages et qui ne comporte aucun commentaire rédigé par ce dernier.
- Une justification argumentée du choix des documents et de la problématique retenue
- Un échange avec l'auditoire.

2. Évaluation de l'expression écrite

Coefficient 1 - durée maxi 2 h 30

À partir d'un ensemble documentaire réuni par le formateur et qui n'excède pas trois pages, le candidat répond à des questions portant sur la compréhension des textes et documents et sur leur mise en relation. Il rédige, à partir d'une consigne explicite, une synthèse de 15 à 20 lignes.

3. Évaluation de l'expression écrite

Coefficient 1 - durée maxi 2 heures

À partir d'un support unique choisi par le formateur - texte ou image ou données statistiques....., le candidat propose une interprétation du document et développe l'opinion personnelle qu'il a sur le sujet traité.

ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ETRANGERE (UF)

Épreuve orale - Durée totale : 30 minutes

Préparation : 15 minutes / Interrogation : 15 minutes

L'épreuve consiste en une conversation en langue vivante étrangère, à partir d'un texte relatif à un sujet d'intérêt général ou inspiré par l'activité professionnelle relative au contenu de ce diplôme.

Cette interrogation n'est autorisée que dans les académies où il est possible d'adjoindre au jury un examinateur compétent pour la langue vivante choisie par le candidat.