RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Conception et réalisation de créations pâtissières pour une clientèle mondiale			
Conception et élaboration de créations pâtissières, en maitrisant l'ensemble des techniques de pâtisserie de base et avancées, afin de répondre aux attentes gustatives et nutritionnelles d'une clientèle mondiale. - Production de pièces de pâtisserie, glacerie, chocolaterie, confiserie, viennoiserie de grande qualité gustative et esthétique adaptées aux goûts et attentes des consommateurs de toutes origines. - Création de pâtisseries de restaurants, de boutiques, de pièces cocktails évènementielles, des viennoiseries, glaces, chocolats et confiseries en maitrisant la composition chimique et nutritionnelle des aliments - Exploration des saveurs internationales et des combinaisons originales	Produire des pâtisseries équilibrées en maîtrisant les techniques pâtissières afin de garantir une harmonie entre saveurs, textures et valeurs nutritionnelles, tout en intégrant les principes de RSE. (Privilégier la saisonnalité et les circuits courts) et en appliquant les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire Élaborer des gammes de pâtisseries, confiserie, chocolaterie variées et adaptées en tenant compte des contraintes alimentaires spécifiques des clients afin de répondre à leurs attentes et en appliquant des pratiques responsables pour réduire le gaspillage Assurer une veille active de l'évolution des pratiques pâtissières et des systèmes alimentaires des principales régions du monde en analysant régulièrement les évolutions techniques, culturelles et sociétales à partir de sources fiables et actualisées afin de nourrir une démarche créative et d'adapter ses productions pâtissières aux tendances émergentes et aux enjeux contemporains Assurer la conformité réglementaire des créations pâtissières, en intégrant les exigences légales relatives à la composition, aux allergènes, à l'étiquetage et aux DLC de la conception à la finalisation des produits afin de garantir le respect des normes sanitaires et la sécurité des consommateurs.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE INDIVIDUELLE PRATIQUE – REALISATION D'UN BUFFET Le certificateur fournit au candidat un cahier des charges comprenant une liste de produits à réaliser (pâtisserie, chocolat, confiserie, glacerie, viennoiserie) imposés et libres. Le candidat doit proposer une organisation de sa production et proposer sa création sous format de fiche technique écrite en amont. Le candidat fabriquera ensuite pendant 2 jours la totalité des produits détaillés dans le cahier des charges, en intégrant les tendances actuelles en gestion des déchets et en appliquant rigoureusement les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire. En fin d'épreuve, auprès d'un jury composé de professionnels métiers et membres académiques, le candidat doit : - Se présenter et présenter ses mets - Justifier de l'organisation de sa production - Décrire et justifier les produits et les techniques utilisés - Défendre sa création libre - Analyser ses difficultés et proposer des axes d'amélioration MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE PRATIQUE EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS Mise en application pratique dans le cadre d'évènements professionnels confrontant à une clientèle de touristes étrangers (Ouverture de boutique éphémère et participation aux événements institutionnels : ex : salon du chocolat) En groupe de 4/5 étudiants, le candidat devra répondre au cahier des charges de l'événement en charge et assurer : - La production de pièces de pâtisserie et leur mise en valeur - Le conseil clients et le service de ses mêmes productions - Le conditionnement, l'étiquetage - Le suivi des commandes et des réapprovisionnements en boitage	Les techniques de base et avancées en pâtisserie sont maitrisées permettant la production en grand volume. Celles-ci respectent l'harmonisation des saveurs, textures et équilibres nutritionnels telles que définies dans les fiches techniques et cahier des charges. Les principes de RSE dans les choix de matières premières et de procédés sont intégrés. (Saisonnalité, circuits courts...) La gamme de produits (pâtisserie, confiserie, chocolaterie) proposée est cohérente et diversifiée, en adéquation avec les attentes clients, notamment avec le rendu esthétique et le goût final. Les contraintes alimentaires spécifiques (intolérances, régimes, préférences culturelles) sont prises en compte dans les propositions de nouveaux produits et clairement identifiés dans les fiches techniques L'intégration des tendances pâtissières internationales dans les créations est clairement identifiée. Le dossier écrit comporte des recherches préalables de qualité avec des sources fiables actualisées et diversifiées. Le candidat a la capacité de démontrer sa créativité en traduisant ses recherches en créations concrètes. Il est capable de les expliquer par des propositions originales, multiculturelles ou inspirées de traditions culinaires du monde. Les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire sont strictement respectées en production. Les étiquetages des productions mais également les fiches techniques créées sont conformes aux exigences des normes (allergènes, DLC, grammages). Les aspects réglementaires sont intégrés dans tous les supports écrits (fiches techniques, rendu de projet de création de desserts final) en français et en anglais. Si des aspects réglementaires nouveaux apparaissent, le candidat les intègrent et les justifient.
Valorisation des créations sucrées - Mise en valeur des desserts à l'assiette en maitrisant les techniques de présentation et les dressages. - Conception et réalisation de pièces artistiques (chocolats, sucre et croquembouche) - Design de pâtisseries en s'appuyant sur les arts créatifs du dessin et de la chromatique	Concevoir des pièces sucrées en garantissant leur mise en valeur par un dressage esthétique et attractif pour satisfaire le besoin client Réaliser des pièces artistiques (chocolats, sucre et croquembouche) à partir d'un cahier des charges ou d'une demande contextualisée, en sélectionnant et mettant en œuvre les techniques et matériaux appropriés, afin de répondre aux exigences esthétiques, techniques et d'usage des clients ou des situations professionnelles rencontrées. Représenter visuellement ses réalisations en utilisant les techniques graphiques (dessins manuels ou avec un outil informatisé) et réaliser un modelage en argile pour s'assurer des proportions et de la faisabilité de la pièce.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE PRATIQUE – CREATION ET VALORISATION D'UNE PIECE ARTISTIQUE : Projet artistique d'un croquembouche / chocolat alliant le dessin, la réalisation d'un prototype en modelage (argile) avant la réalisation en laboratoire A la suite de recherche en groupe, les candidats vont devoir imaginer et proposer et réaliser une pièce artistique intégrant les nouvelles tendances alimentaires et durables (ingrédients, textures, goût, esthétique) suivant un thème défini. Les candidats devront réaliser : - Un visuel type dessin / croquis du rendu final - La recette et fiche technique en Français et en anglais de la pièce artistique - Le modelage d'argile de la pièce artistique	Le dressage respecte les règles d'harmonie visuelle (formes, couleurs, volumes). La présentation met en valeur les textures et saveurs du produit. La créativité et l'originalité de la mise en valeur sont adaptées au contexte (restaurant, boutique, événement). La réalisation technique des pièces artistiques (chocolat, sucre, croquembouche) est maitrisée, parfaitement proportionnée à l'identique des réalisations des modelages d'argile. La pièce artistique respecte le cahier des charges, alliant technicité et innovation. Les proportions établies respectent celles du prototype en argile lors de la phase de conception

		- La conception de la pièce artistique finale en laboratoire dans le respect des proportions définies en dessin et en modelage - La mise en valeur de la pièce artistique qui sera exposé dans un espace boutique	Les dessins ou schémas sont précis, lisibles et proportionnés. Les outils utilisés (manuel ou numérique) sont adaptés et correctement maîtrisés. Le modelage en argile respecte les proportions définies dans les croquis et permet de valider la faisabilité technique. La cohérence entre croquis, modelage et réalisation finale est respectée.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Innovation et recherche en pâtisserie			
Développement de produits sucrés personnalisés à visée fonctionnelle - Conception de desserts adaptés à des régimes spécifiques (sans sucre, IG bas, protéinés) - Recherche et développement autour d'alternatives durables (végétales, adaptées aux régimes spécifiques)	Traduire une contrainte diététique en solution pâtissière adaptée, en analysant les besoins nutritionnels et les restrictions du client et en ajustant les ingrédients, les procédés et les recettes, afin de proposer une production conforme aux attentes fonctionnelles, gustatives et réglementaires du client Formuler des recettes sur une base nutritionnelle validée, en intégrant des données scientifiques et des recommandations nutritionnelles dans le processus créatif, afin d'allier innovation, équilibre alimentaire et attractivité sensorielle des produits. Identifier les ingrédients alternatifs et analyser leur impact fonctionnel, en évaluant leurs propriétés physico-chimiques, nutritionnelles et organoleptiques, afin de recréer ou d'adapter des recettes conformes à un cahier des charges spécifique.	CONCEPTUALISATION D'UN PRODUIT ADAPTE A UN PUBLIC SUIVANT UN CAHIER DES CHARGES EN LIEN AVEC LE CENTRE DE RECHERCHE INTERNE Le candidat doit produire une création sucrée originale (pâtisserie, entremets, chocolat, etc.) Fiche technique complète (FR / EN) : ingrédients, procédés, grammages, valeurs nutritionnelles estimées, allergènes, coûts. Dossier écrit (5-8 pages) incluant : - Contexte et veille (marché, tendances, durabilité) - Justification du produit créé	Le produit respecte la contrainte imposée (nutrition, santé, régime spécifique). La fiche technique est complète et scientifiquement justifiée. Les choix d'ingrédients alternatifs sont pertinents et justifiés scientifiquement. Les saveurs de la création sont équilibrées La maitrise des réactions chimiques assure la texture souhaitée pour le produit L'analyse scientifique permet de proposer des pistes d'innovation (recettes, procédés, textures).
Création de nouveaux produits grâce à une maitrise des matières et de leurs réactions chimiques et physiques - Utilisation principes scientifiques derrière la fabrication de la pâte, le tempérage du chocolat et la texture de la glace, la fermentation en viennoiserie pour réaliser les recettes - Exploitation des principes scientifiques des ingrédients et des transformations pour proposer des adaptations créatives et générer de l'innovation relative à la texture, la conservation, les saveurs ou la nutrition.	Mobiliser les principes scientifiques des ingrédients et des transformations en s'appuyant sur les connaissances en chimie, physique et nutrition des aliments pour proposer des adaptations créatives et générer de l'innovation relative à la texture, la conservation, les saveurs ou la nutrition.	TEST SENSORIEL SUR UN PRODUIT Le candidat sélectionne la méthode d'analyse sensorielle de son choix pour un produit sur un public cible durant le déjeuner test du projet de fin d'année. Il mène son étude et présente oralement face à un jury de professionnels et experts santé (10-15 min) avec visuel projeté comprenant Les objectifs de l'analyse La méthodologie (panel, critères, notation) employée Les résultats observés et interprétés Les améliorations proposées sur le produit fini	Les tests sensoriels sont structurés et reproductibles. (Ex : test d'évaluation du plaisir pour la texture ou test triangulaire pour le goût) Les résultats sont interprétés en définissant des indicateurs et en s'appuyant sur des variables mesurables. Les retours analysés et utilisés pour ajuster et optimiser les recettes, textures, arômes et procédés.
Expérimentation sensorielle et amélioration organoleptique Réalisation de tests sensoriels comparatifs - Études sur l'impact des textures, couleurs, formes sur la perception des goûts - Innovation en matière de saveurs grâce à la compréhension des composés aromatiques et de leur stabilité, les émulsions de boulangerie pour offrir une saveur plus intense et stable, les enzymes jouant un rôle dans le développement des saveurs. - Préoccupation nutritionnelle et exploration de nouvelles matières premières : farines alternatives, édulcorants naturels, matières grasses plus saines, ajout de fruits, de légumes et de fibres pour améliorer la valeur nutritionnelle.	Mener une expérimentation sensorielle structurée, en appliquant une méthode scientifique permettant d'identifier et de contrôler les variables influençant l'appréciation d'un produit, afin de mettre en exergue les choix de formulation et optimiser la qualité perçue des créations pâtissières. Utiliser les outils d'analyse sensorielle adaptés, en interprétant les résultats issus de tests consommateurs ou d'analyses descriptives, afin de développer des créations pâtissières originales, équilibrées et en adéquation avec les attentes du marché	DOSSIER INDIVIDUEL DE RECHERCHE SUR UNE NOUVELLE TECHNOLOGIE Après avoir effectué des recherches, le candidat devra rédiger un rapport (5 à 7 pages) intégrant des données issues de sources professionnelles (sites spécialisés, presse, bases réglementaires) et structurer autour des axes suivants : - Analyse bibliographique & veille - Présentation des avantages/inconvénients de la technologie dans le milieu professionnel - Avis critique sur son usage en pâtisserie	Les sources sont fiables, professionnelles et correctement référencées. Les avantages/inconvénients de la technologie dans le milieu professionnel sont clairement identifiés et expliqués. (Gain de temps ou de productivité, réduction de la pénibilité ...) L'analyse propose un avis critique et argumenté sur l'applicabilité de la technologie. La capacité à relier la veille à des applications concrètes en pâtisserie est démontrée.
Veille créative et technologique appliquée à la pâtisserie - Réalisation de veille sur les produits, l'évolution des productions et leurs substituts. Analyse des tendances via des outils IA - Intégration des éléments de la veille dans sa production de pièces sucrées : introduction de nouvelles textures, ingrédients innovants pour créer des alternatives végétales, utilisation de la technologie, comme l'impression 3D, pour le design.	Identifier des sources d'approvisionnement et alternatives pour la création sucrée, en évaluant les contraintes d'approvisionnement, les impacts environnementaux et les évolutions du marché, afin d'assurer la continuité de la production et son adaptation à un contexte changeant et contraint. Intégrer des outils technologiques avancés dans les processus de création pâtissière, en sélectionnant et en exploitant des solutions numériques ou techniques adaptées, afin de créer de la valeur ajoutée en termes d'innovation, de performance ou de différenciation		

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Pilotage de la qualité et de la production en pâtisserie			
Mise en œuvre de la réglementation, des procédures d'hygiène et sécurité - Contrôle et supervision du bon respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaires internationales, avec une attention particulière aux certifications et exigences globales (ISO, HACCP, etc.). - Elaboration de procédures adaptées à destination des équipes d'un production en pâtisserie - Réalisation de veille sur la législation en vigueur selon son marché (ERP / santé et sécurité au travail)	Appliquer les normes et contrôler leurs sécurités alimentaires en identifiant les risques et en respectant les procédures de nettoyage et de désinfection, afin de prévenir la contamination et d'assurer un environnement de travail sain et conforme Superviser les pratiques d'hygiène en élaborant des procédures adaptées et en formant les équipes pour garantir une application rigoureuse des normes Assurer une veille régulière et appliquer la réglementation des ERP (Etablissements Recevant du Public) en s'appuyant sur des sources variées (sites spécialisés, réseaux professionnels, presse, etc.) afin de garantir une gestion conforme aux obligations légales, aussi bien pour l'ouverture d'une pâtisserie que pour la prévention des risques liés à la santé et à la sécurité au travail.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE EN GROUPE Les candidats organisent une zone de stockage ou un espace de production en prenant en charge : - le choix, la préparation et l'utilisation appropriée des produits de nettoyage et de désinfection, - la mise en oeuvre des techniques de conservation adaptées aux denrées alimentaires, - la tenue rigoureuse des documents de traçabilité, tels que fiches, étiquettes et registres, - le respect strict des normes HACCP tout au long de la procédure. Ils produisent une trace écrite sous forme de fiche de traçabilité, relevés de températures, fiche de poste nettoyée et tableau de suivi de rotation des produits **ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE ET MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULE**E Le candidat se place en position de superviseur (posture managériale) et assure ainsi plusieurs tâches professionnelles complémentaires : - Il conçoit un protocole d'hygiène clair conforme et adapté à un contexte professionnel donné - Il réalise un support pédagogique et communique ces consignes à un groupe (équipe simulée) - Il observe leur mise en pratique simulée par les pairs et répond à leurs questions et relève les écarts - Il rédige un bilan avec analyse des écarts et des propositions d'amélioration du protocole **JOURNAL DE VEILLE** Après avoir effectué des recherches, le candidat devra rédiger un rapport en intégrant des données issues de sources professionnelles (sites spécialisés, presse, bases réglementaires) et justifier : - Des mentions obligatoires à faire apparaître lors de la création du concept éphémère de fin d'études en groupe (mentions légales obligatoires à destination du public). - Des mesures de prévention et de sécurité à mettre en oeuvre pour assurer la santé et la sécurité au travail dans ce concept (hygiène, sécurité incendie, affichages obligatoires, EPI, DUERP).	Les protocoles de nettoyage, désinfection et conservation sont appliqués rigoureusement et conformes aux normes. Les pratiques d'hygiène (gestes barrières, tenue, organisation des postes de travail) sont maitrisées. Les risques sanitaires sont identifiés : la mise en place des actions correctives est effective. Les normes réglementaires en vigueur dans les ERP (affichage, traçabilité, gestion des flux) sont respectées. Le protocole d'hygiène à suivre est clair, adapté au contexte et conforme aux normes en vigueur. Le support pédagogique est structuré, précis et exploitable. La transmission des consignes est claire, pédagogique et interactive. Des réponses aux questions sont apportées. Le suivi de l'application des consignes est rigoureux, avec une identification des écarts et la proposition d'actions correctives. La qualité de la recherche, la sélection des sources utilisées et les informations collectées en lien avec la pratique du métier sont pertinentes. Les informations sont conformes à la réglementation en vigueur L'ensemble des mentions légales obligatoires à destination du public sont présentes et exactes L'identification et la justification des mesures de prévention à mettre en place (hygiène, sécurité incendie, affichages obligatoires, EPI, DUERP) pour garantir la santé et la sécurité au travail sont présentées

Organisation de l'activité - Organisation et planification de la production sucrée afin de garantir une gestion fluide et efficace des services tout en préservant la qualité des mets sucrés. - Définition de la politique achat et supply chain (conditionnement, stockage des marchandises) dans le respect des règles et procédures QHSE. - Production et utilisation des tableaux de bords et des outils informatiques de pilotage de l'activité en lien avec la profession. - Contrôle qualité de l'ensemble des activités d'achats et approvisionnements, stockage et production. - Gestion agile de crises et des imprévus dans le pilotage de son activité.	Planifier et superviser une production sucrée dans le respect des règles et procédures QHSE pour garantir une qualité homogène en respectant les délais et en ajustant les processus selon les imprévus et / ou les besoins de réassorts. Gérer et optimiser les approvisionnements, les achats et la supply chain avec agilité, en construisant un réseau local, national ou international pour garantir la qualité et l'absence de rupture des matières premières utilisées. Organiser la gestion des stocks en optimisant leurs niveaux, assurant leurs rotations, suivre les DLC pour limiter les pertes et le gaspillage Communiquer efficacement en français et en anglais avec les parties prenantes externes et les équipes supervisées, en utilisant un vocabulaire professionnel adapté aux contextes d'achats, de production et de coordination, afin de garantir le respect des délais, des coûts et de la qualité des productions prévues.	ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE et MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULEE Le candidat se place en position de superviseur (posture managériale) et assure la supervision d'une production sucrée et : - Définit et coordonne les approvisionnements pour la production, gère les réassorts et propose des solutions s'il fait face à un imprévu - Conçoit un protocole d'hygiène clair conforme et adapté à un contexte professionnel donné - Réalise un support pédagogique et communique ces consignes d'organisation à un groupe (équipe simulée) - Observe leur mise en pratique simulée par les pairs et répond à leurs questions - Rédige un bilan avec analyse des écarts et des propositions d'amélioration du protocole MISE EN EXECUTION PRATIQUE A L'ECONOMAT DE L'INSTITUT ET EN SUPERVISION SUR UN LIEU D'APPRENTISSAGE Le candidat est mis en situation réelle durant une rotation d'une semaine permettant de tester la planification, les commandes et la gestion des stocks. Il alterne des missions : - Au poste de réception et contrôle de la quantité et la qualité des marchandises - Au poste de préparation des chariots en vue d'une production en laboratoire. Il produit un rapport qualitatif et quantitatif sur les denrées réceptionnées et dresse un inventaire. Lors de la phase de supervision, l'étudiant contrôle le travail effectué par d'autres étudiants dans la préparation des matières premières et justifie de la conformité des protocoles.	Les approvisionnements sont gérés de manière efficace. (Absence de rupture de stock en optimisant les commandes, la limitation des déchets) Le candidat ajuste sa production en fonction des imprévus et ds besoins en réassorts. Les propositions d'amélioration sont formulées de manière argumentée (ex. optimisation des commandes, ajustement des fréquences de livraison). La supply chain est pilotée en prenant en compte les aspects RSE et qualité : le choix des produits et la gestion des ressources témoignent d'une démarche responsable. (Circuits courts, saisonnalité, matériels durables) Le taux de pertes et de gaspillage est limité et justifié par des indicateurs chiffrés (ex. ≤ 3 % sur la période observée). Les niveaux de stock sont ajustés et justifiés par rapport à l'activité (aucune rupture critique, pas de surstock inutile) Les procédures de traçabilité sont respectées (étiquetage, enregistrements, suivi des lots et DLC correctement renseignés). La rotation des produits est assurée (FIFO/FEFO correctement appliqué) Les alertes sur les DLC ou ruptures potentielles sont anticipées et documentées dans les outils de suivi (tableau Excel, logiciel de stock). La communication avec les fournisseurs et les membres du groupe supervisé est précise, adaptée en anglais et en français pour garantir la qualité, éviter les ruptures de matières premières et maitriser les couts.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Conception et déploiement d'une expérience client durable et responsable			
Analyse d'un marché et du comportement du consommateur, définition du positionnement de l'activité de pâtisserie - Analyse du marché d'une activité à créer ou à reprendre au niveau national ou international et définition de son positionnement - Identification des facteurs qui influent et affectent les comportements d'achat des consommateurs de sa cible (national ou international) et les implications qui en découlent - Élaboration d'un positionnement marketing pour le lancement ou l'adaptation d'un produit pâtissier sur un marché cible - Élaboration d'un business plan marketing et commercial intégrant l'analyse de marché, la définition du positionnement stratégique, le plan marketing, la stratégie de communication multicanale et le plan financier prévisionnel	Recueillir et analyser des données de marché dans le secteur de la pâtisserie en utilisant les outils d'analyse marketing pour proposer une offre adaptée afin identifier les opportunités et menaces, et fournir une base fiable pour le positionnement stratégique. Identifier les tendances actuelles et les besoins clients dans le secteur, segmenter les profils consommateurs en utilisant les outils de la veille marketing qui façonnent l'industrie mondiale (pâtisserie de luxe, produits biologiques, etc.) pour ajuster son offre de produits sucrés et anticiper les évolutions du marché Définir un positionnement différenciant adapté au marché ciblé, en analysant l'environnement concurrentiel, les attentes clients et les tendances du secteur, afin de renforcer la compétitivité et l'attractivité de l'offre et de déployer des actions marketing cohérentes et efficaces. Réaliser et exploiter des enquêtes terrain et digitales, en mobilisant des outils tels que questionnaires, focus groups, réseaux sociaux et avis clients, afin d'identifier les besoins explicites et implicites des consommateurs et d'orienter les choix stratégiques Élaborer un business plan marketing et commercial pour une activité de pâtisserie, en intégrant l'analyse du marché, la segmentation, le positionnement stratégique, la définition du concept de marque et un plan marketing opérationnel, afin de démontrer la cohérence, la viabilité et la faisabilité commerciale du projet.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE INDIVIDUELLE ECRITE RECONSTITUEE Le certificateur fournit aux candidats des données concernant une activité de pâtisserie sous la forme d'étude de cas Marketing Internationale. (Statistiques, tendances, études consommateurs, avis clients) : Le candidat étudie et analyse les données fournies puis : - Rédige l'analyse de marché - Segmente les besoins et les attentes des consommateurs ciblés. - Identifie les opportunités et les menaces avec un SWOT - Définit un positionnement en cohérence avec la stratégie de développement et les attentes du marché PROJET DE GROUPE ENQUETE TERRAIN/DIGITALE En groupe, les étudiants conçoivent et mettent en oeuvre une enquête (questionnaires, focus groups, réseaux sociaux) pour collecter des données sur les besoins et attentes clients sur un produit de pâtisserie qui pourrait être commercialisé À partir des résultats, ils rédigent un compte rendu structuré avec des recommandations concrètes. Ils présentent et justifient leurs choix stratégiques et opérationnels devant un jury, avec supports visuels et exemples illustrés. MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ECRITE ET ORALE Le candidat doit créer une page de réseau social avec logo, descriptif visant à mettre en avant une pâtisserie (dans un packaging ou à l'assiette), suivant une marque personnelle, justifier sa ligne éditoriale et proposer une stratégie de distribution. Pour la partie visuelle, le candidat dispose de 2 séances avec une pâtisserie réelle et un labo photo professionnel portatif. Le candidat devra produire un dossier écrit comprenant : Le logo / nom de la marque et justifier du positionnement Une stratégie opérationnelle de distribution et de promotion	L'analyse est argumentée et s'appuie sur des données chiffrées Les opportunités et menaces sont mises en évidence avec clarté et justesse avec un SWOT . L'analyse est structurée et utilisable pour orienter la stratégie marketing Les tendances de consommation et évolutions du marché sont correctement identifiées et finement analysées. La segmentation est claire et documentée avec des données chiffrées L'offre proposée est adaptée au marché ciblé en s'appuyant sur la veille marketing. Le positionnement du ou des produits fait appel à un besoin sur marché émergent ou spécifique (ex : luxe, bio). La stratégie d'évaluation élaborée et les questionnaires de satisfaction client créés ont permis des analyses avec propositions d'actions correctives pertinentes afin de proposer une amélioration continue de la prestation. Le business plan est structuré, cohérent et justifié. Il intègre une analyse de marché pertinente, une stratégie marketing claire et différenciante, ainsi qu'un plan financier réaliste et chiffré. La viabilité et l'attractivité du projet sont démontrées Les méthodes utilisées (questionnaires, entretiens, analyse de données) permettent de dégager des éléments opérationnels pour adapter efficacement l'offre du restaurant Le panel sondé est assez consécutif pour que les résultats de l'étude soit significative (Minimum 30 réponses exploitables) Les besoins et attentes des consommateurs sont clairement identifiés à partir de données appropriées. Les facteurs influençant le comportement d'achat (culture, habitudes alimentaires, budget, tendances) sont bien analysés. Le candidat a la capacité de créer une marque personnelle (logo, nom, identité visuelle) Les choix sont justifiés par des données de marché et des analyses de concurrence. (Points de vente, e-commerce, export...) et en adéquation avec les attentes culturelles et gustatives du marché cible. Le visuel et logo sont instagrammables.

Création d'une marque et exploitation des canaux digitaux - Création d'une marque personnelle, et gestion de sa marque sur les réseaux sociaux - Elaboration d'un plan média et 'une stratégie de communication cohérente avec le positionnement - Déploiement de la stratégie sur les canaux digitaux et physiques pour accroître la visibilité et créer efficacement du lien avec le client	Définir un positionnement marketing pour un Chef pâtissier ou un établissement, en dotant la marque d'une identité visuelle différenciante tenant compte des spécificités culturelles, des goûts locaux et des attentes des consommateurs, afin de renforcer l'impact et la reconnaissance sur le marché ciblé. Définir une stratégie de promotion locale, nationale ou internationale via des canaux digitaux et physiques, y compris l'exportation et la franchise, pour accompagner le développement de son activité. Développer une marque personnelle et assurer sa notoriété, en construisant une identité visuelle originale et en utilisant des outils digitaux adaptés à la cible, afin d'attirer la clientèle, de soutenir les actions marketing et de renforcer la visibilité professionnelle.	- Les visuels de sa page digitale, le positionnement choisi (story telling) ainsi que la ligne éditoriale. Rendus attendus : un dossier écrit professionnel (10-15 pages) avec annexes + une soutenance orale (20 min) devant jury	La stratégie de distribution est définie et prévoit le déploiement de canaux diversifiés et complémentaires. Le candidat a la capacité de promouvoir une offre via les outils numériques et physiques et tient compte de l'accessibilité et de l'inclusivité dans la communication La stratégie est cohérente avec le marché et le positionnement choisi. Le plan média, le choix des canaux et de la stratégie de communication sont pertinents par rapport à la cible et le candidat les justifie. Le storytelling et la ligne éditoriale choisis sont adaptés à la cible sur les réseaux sociaux. La vitrine est lisible, attractive et adaptée à la clientèle cible. Le point de vente est inclusif (accessibilité) La communication est claire, argumentée et adaptée au public cible. Les choix de merchandising sont visuellement impactants. Le packaging imaginé et proposé valorise le produit à travers son identité de marque et est au moins composé de 50% de matériaux recyclés ou recyclables. La proposition de packaging est adaptée au produit (taille / contenu...) Les accords produits/boissons ou contextes périphériques sont cohérents et valorisent l'offre globale. Le candidat justifie par des données chiffrées que les variantes de disposition des produits dans le point de vente influent sur le panier moyen du consommateur
Valorisation d'une gamme et des produits pour accroitre l'acte d'achat du consommateur - Mise en valeur d'une vitrine et commercialisation des produits dans un espace de vente comprenant des pâtisseries, viennoiseries, glaces, chocolats et confiseries de boutique - Valorisation d'une gamme ou d'un produit via le packaging - Adaptation de l'offre de produits à l'activité globale de l'entreprise et proposition de ventes additives selon la clientèle cible	Mettre en valeur un produit ou une gamme de produits, en concevant des dispositifs de présentation, de mise en scène et de communication visuelle adaptés au point de vente, afin de valoriser l'offre, de stimuler l'acte d'achat et d'améliorer l'expérience consommateur. Proposer et valoriser un produit de pâtisserie, chocolat, confiseries, viennoiserie à travers un packaging durable et esthétique, en lien avec l'identité d'une marque pour générer des ventes Veiller à la cohérence et à l'équilibre de l'offre produits de l'entreprise en tenant compte de ses activités connexes afin de réaliser des ventes additionnelles (Ex : vins, épicerie, jus de fruits ...)	MISE EN SITUATION PRATIQUE : BOUTIQUE Le candidat, intégré à un groupe de 4 à 5 étudiants, participe à la gestion complète d'un point de vente pendant deux semaines en rotation. Il doit : Concevoir et mettre en valeur une vitrine attrayante, en sélectionnant les produits à présenter et en travaillant l'esthétique globale du point de vente sur plusieurs versions. Commercialiser des produits à travers le packaging Proposer des accords mets/boissons pertinents et adaptés aux activités périphériques (ex. séminaire, sommellerie, offre traiteur) pour générer des ventes additives, A posteriori de la mise en situation, le candidat doit produire un dossier illustré (5-7 pages) présentant et justifiant les choix esthétiques, techniques, et commerciaux réalisés, incluant photos, schémas ou plan visuels de vitrine Le candidat présentera également un croquis et un prototype d'un packaging pour un click and collect qu'il imagine pour l'un des produits du point de vente et argumente ses choix.	
Création de concepts pour enrichir l'expérience client - Création et mise en oeuvre de concepts pâtissiers riches en expériences émotionnelles, cognitives et mémorables avec les outils du marketing expérientiel. - Elaboration et pilotage d'une stratégie d'évaluation et de satisfaction client et proposition des ajustements nécessaires	Créer et déployer un concept d'expérience client mémorable, inclusif et responsable, et engageant en lien avec une activité de pâtisserie avec les outils marketing expérientiel pour attirer et fidéliser une clientèle locale et internationale. Analyser l'expérience client à partir de retours clients, observations terrain et indicateurs de qualité, pour proposer des actions correctives pertinentes.	CRÉATION ET EXPLOITATION D'UN CONCEPT DE PÂTISSERIE (Projet CAPSTONE) PROJET DE FIN D'ETUDES EN GROUPE : Les candidats conçoivent et exploitent un concept de pâtisserie de boutique et/ou de restaurant. Le projet se déroule en 3 phases : 1 - Phase préparatoire : Élaboration d'un dossier écrit comprenant le concept et son positionnement, un business plan marketing et commercial (présentant l'analyse de marché, le positionnement stratégique, le plan marketing, la stratégie de communication, le plan de distribution et les prévisions financières projection annuelle + prévisionnel d'exploitation), l'offre client (recettes innovantes et adaptées), l'organisation de la production et du service, ainsi qu'une stratégie de communication digitale. 2 - Phase opérationnelle : Exploitation réelle du concept éphémère de pâtisserie (9 jours d'ouverture au public), incluant production, service, gestion d'équipe, suivi économique et recueil de la satisfaction client avec ajustements en continu. 3 - Phase de restitution : Soutenance orale devant jury présentant le concept, l'analyse des résultats (financiers et clients) et les préconisations pour une éventuelle pérennisation.	Le concept créé est original et apporte une forte valeur expérientielle. Le candidat a démontré sa capacité à générer une expérience client mémorable (visuelle, gustative, narrative…) et inclusive, validée par les retours utilisateurs. Les messages proposés à la diffusion sur les canaux sont pertinents et la ligne éditoriale est cohérente au regard du jury d'experts marketing. L'expérience globale proposée (décor, service, storytelling) contribue à fidéliser la clientèle. La cohérence entre le positionnement, l'offre pâtissière et l'expérience proposée est clairement établie. La présentation orale est claire, argumentée et convaincante, intégrant une analyse des résultats (écarts prévisionnel/réalisé, retours clients) et des préconisations pour une amélioration continue.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Mise en œuvre d'une performance collective et inclusive auprès d'équipes multiculturelles			
Management d'une équipe multiculturelle - Organisation d'une équipe selon les compétences individuelles et collectives - Recrutement, et intégration d'un collaborateur et/ou une équipe multiculturelle dans le développement de ses compétences - Fédération, animation et motivation d'une équipe multiculturelle pour atteindre la performance - Gestion des conflits et des émotions en situations de travail	Analyser les besoins en compétences et organiser une équipe en tenant compte des profils individuels et collectifs en utilisant des outils digitaux de RH afin d'optimiser les ressources humaines et la performance opérationnelle Encadrer et impulser la dynamique d'une équipe multiculturelle en adaptant ses pratiques managériales pour garantir la motivation des collaborateurs et la réalisation des objectifs collectifs Piloter le processus de recrutement et d'intégration d'un collaborateur ou d'une équipe multiculturelle, en utilisant les outils digitaux pour formaliser les profils, planifier les étapes et suivre le développement de leurs compétences Identifier, prévenir et gérer les conflits au sein d'une équipe afin de maintenir un climat de travail favorable à la performance collective	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULEE - MANAGEMENT D'UNE EQUIPE DE PATISSIERS (RAPPORT ECRIT + JEU DE RÔLE). Le candidat endosse le rôle de manager d'une équipe multiculturelle dans une activité de pâtisserie, confiserie, chocolaterie ou glacerie (ex. gestion d'une équipe de pâtissiers anglophones/francophones pour l'ouverture d'une boutique éphémère) RAPPORT ECRIT En amont, après étude du cahier des charges de l'activité à venir, et des profils ressources existants, le candidat devra produire une proposition détaillant : - Les besoins en compétences spécifiques au contexte - Une cartographie des profils actuels avec leurs compétences et leurs limites - Une organisation d'équipe claire et justifiée, incluant la répartition des rôles et responsabilités - Une définition de processus d'intégration adapté - Une analyse critique avec pistes d'amélioration JEU DE ROLE En situation réelle, le candidat prend en charge le management de l'équipe et : Prépare et anime une réunion d'organisation d'équipe - Organisation et répartition des rôles. - Gestion d'un conflit simulé en français et en anglais. - Conduite d'un entretien de recrutement ou d'intégration. - Présentation d'un plan d'actions de motivation et de suivi de la performance. Rendu attendu : dossier écrit (plan de management, outils RH) + prestation orale bilingue (10 min)	Le diagnostic des compétences individuelles et collectives nécessaires pour l'activité est réalisé avec précision. Les écarts entre les compétences disponibles et les besoins sont clairement identifiés Les outils RH sont utilisés correctement (planning, tableau de répartition) Les objectifs collectifs sont expliqués et validés avec l'équipe La répartition des tâches est cohérente et l'organisation est ajustée selon les contraintes opérationnelles et les objectifs de production Les leviers de motivation sont personnalisés et culturellement appropriés. Des indicateurs de suivi proposés (taux de participation, résultats de production, feedbacks équipe) Le processus de recrutement est structuré et inclusif (offre claire, critères transparents). Les profils recherchés prennent en considération les compétences nécessaires au poste ainsi que les particularités culturelles. L'entretien est mené de manière professionnelle (écoute active, neutralité, respect du cadre légal) Les signes de conflits sont rapidement identifiés et les situations à risque anticipées par des actions préventives. La gestion de conflit est maîtrisée avec des techniques de communication adaptées (écoute active, médiation) et respectueuses des différences culturelles en privilégiant le dialogue, la médiation et la recherche de solutions constructives et applicable. Le climat de travail est régulièrement évalué par des feedbacks de l'équipe pour prévenir de nouveaux conflits et maintenir la cohésion et la performance collective.
Pilotage des ressources humaines de son activité et élaboration de la politique sociale - Conception d'une stratégie RH - Planification, budgétisation des besoins en effectif dans un objectif d'amélioration de la productivité dans un environnement contraint (accessibilité et inclusivité, multilinguisme …) - Déploiement d'un système d'évaluation et définition d'une politique salariale et sociale - Fidélisation des talents	Définir les besoins en effectifs de son activité en tenant compte de la saisonnalité et de la stratégie de développement de l'entreprise afin d'assurer la continuité et l'optimisation de la production Organiser et optimiser la gestion des horaires et des plannings, en tenant compte des contraintes légales, de la charge de travail et des compétences disponibles, afin d'assurer la performance opérationnelle et de préserver l'équilibre et la qualité de vie au travail des équipes. Définir une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptée, en s'appuyant sur les pratiques du secteur, la réglementation en vigueur et les objectifs de l'entreprise, afin de fidéliser les talents, soutenir la motivation et renforcer l'engagement des collaborateurs.	ÉTUDE DE CAS RH ECRITE. Le candidat analyse un contexte d'entreprise (taille, saisonnalité, développement international) et doit : - Définir les besoins en effectifs et proposer une organisation prévisionnelle. - Concevoir une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptée et inclusive. - Proposer des actions de fidélisation des talents. Rendu attendu : rapport écrit structuré (8-10 pages max) avec schémas et outils RH, soutenance orale (10 min). MISE EN SITUATION ECRITE ET ORALE : ANALYSE DE CONFORMITE + PLAN D'ACTION. Le candidat reçoit un cas pratique (ex. : gestion d'un conflit social ou adaptation à une nouvelle réglementation locale). Il doit : - Identifier les obligations légales applicables (ex. droit du travail français vs étranger).	Les besoins en effectifs sont chiffrés et réalistes en fonction de la saisonnalité et de l'activité. (Tableaux prévisionnels) Les besoins exprimés respectent les contraintes budgétaires Le planning est équilibré, équitable, respectant les temps de repos légaux La répartition des rôles et les plannings sont équitables et tiennent compte des compétences et des besoins de l'activité La politique de rémunération et d'avantages sociaux est cohérente, inclusive et adaptée au secteur/zone géographique Les actions de fidélisation proposées sont concrètes et réalistes (formation, reconnaissance, flexibilité, parcours évolutifs). Les indicateurs de suivi son précisés (taux de turnover, satisfaction collaborateurs)

Management administratif des RH en conformité avec les attendus du contexte local et les évolutions des métiers - Connaissance et application du droit du travail d'un lieu d'activité - Gestion administrative et légale les ressources humaines - Veille professionnelle pour anticiper les évolutions du métier	Connaître et appliquer le droit du travail applicable au lieu d'exercice dans le secteur de la pâtisserie, en intégrant les obligations légales dans les pratiques de gestion des ressources humaines et de management, afin de sécuriser les relations de travail et de garantir une gestion des équipes conforme à la réglementation. Gérer les relations sociales et instaurer un dialogue social constructif, en favorisant la communication, l'écoute et la médiation au sein des équipes, afin de prévenir les tensions, maintenir la cohésion collective et soutenir un climat de travail favorable à la performance. Réaliser une veille professionnelle active dans les domaines de la pâtisserie, de la chocolaterie et de la confiserie et de la glacerie, en suivant les évolutions des métiers, des compétences et des pratiques du secteur, afin d'anticiper les besoins en ressources humaines et d'adapter la stratégie RH de l'activité.	- Proposer un plan de gestion administrative conforme et un dialogue social constructif. - Présenter une synthèse de veille professionnelle sur les évolutions du secteur (digitalisation RH, nouvelles normes…). Rendu attendu : note de synthèse (5 pages) + présentation orale (anglais ou français selon le cas simulé).	Les textes réglementaires sont correctement identifiés Les solutions proposées sont conformes à la législation (contrats, temps de travail, sécurité) Le dialogue social est mené de façon respectueuse et constructive. Les accords ou compromis présentés dans le plan sont cohérents, réalistes et réalisables à la vue de la situation. Les sources sont fiables et à jour L'analyse est exploitable par l'équipe (recommandations claires) Des mises en application sont proposées (actions concrètes à court terme)

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Piloter une business-unit et sa gestion financière dans le domaine de la pâtisserie			
Gestion comptable & budgétaire de son activité de pâtisserie, chocolaterie, glacerie, confiserie, viennoiserie, boulangerie - Calcul et analyse des coûts et ratios spécifiques à l'activité de pâtisserie, chocolaterie, glacerie, confiserie, viennoiserie, boulangerie - Élaboration et suivi des prévisions budgétaires et d'exploitation - Analyse et interprétation des états comptables et financiers	Analyser les coûts d'une activité de pâtisserie en utilisant les systèmes d'informations et outils de gestion adéquats afin de maîtriser et anticiper le coût de production et garantir la rentabilité de l'offre pâtissière, chocolatière, confiserie, glacière. Élaborer un budget prévisionnel intégrant les charges de personnel et le coût des matières premières, en analysant les indicateurs financiers et la rentabilité de l'activité, afin de collaborer efficacement avec la direction financière et de soutenir la prise de décision stratégique. Diagnostiquer la santé financière de l'activité en interprétant les indicateurs financiers clés (coût matière, food cost, marge brute) afin de proposer des actions correctives sur le plan budgétaire de l'entreprise et ajuster les choix d'achats et de production.	MISE EN SITUATION VIA UNE ETUDE DE CAS FINANCIERE APPLIQUEE A travers une étude de cas sur une activité de pâtisserie de restaurant, le candidat doit : Analyser les coûts et calculer les ratios financiers Produire un diagnostic de l'activité. Évaluer un projet d'investissement avec calculs de VAN, TRI, coût du capital Construire un prévisionnel sur 12 mois avec tableau de trésorerie Proposer des actions correctives si besoin.	Les calculs de coûts (matière, MO, pertes) sont exacts et exploitables Les ratios financiers sont calculés correctement (food cost, marge brute, seuil de rentabilité) Interprétation cohérente avec les objectifs de rentabilité Le budget prévisionnel inclut toutes les charges fixes et variables et anticipe correctement les besoins en trésorerie. Le budget tient compte de la saisonnalité La trésorerie est anticipée et équilibrée Les hypothèses sont réalistes et réalisables (volume de production, ventes) Les indicateurs financiers (food cost, marge brute, ratios de rentabilité) sont exploités pour dégager un diagnostic fiable. Avc les points forts et faibles identifiés. Les actions correctives sont réalistes et chiffrées (ex: réduction couts matières) et l'impact financier estimé (gain potentiel en %)
Pilotage du financement de son activité • Élaboration d'un plan de financement de projet • Construction du business plan financier de son activité	Construire un business plan financier pour son activité de pâtisserie, confiserie, chocolaterie, glacerie en France lors de la création, de la reprise ou du développement de l'entreprise, en identifiant les besoins financiers et en mobilisant des ressources adaptées, à l'aide d'outils de gestion financière prévisionnelle, afin d'évaluer la rentabilité et la viabilité économique de l'activité, convaincre des partenaires financiers et sécuriser le lancement ou le développement de l'entreprise. Élaborer un plan de financement de projet d'investissement, en identifiant les besoins financiers et les ressources mobilisables, puis en construisant un plan de financement initial et prévisionnel à l'aide d'outils de gestion adaptés, afin d'évaluer la faisabilité économique et financière du projet et d'en assurer la viabilité à court et moyen terme.	CRÉATION ET EXPLOITATION D'UN CONCEPT DE PÂTISSERIE (Projet CAPSTONE) PROJET DE FIN D'ETUDES EN GROUPE : Les candidats conçoivent et exploitent un concept de pâtisserie de boutique et/ou de restaurant. Le projet se déroule en 3 phases : 1 - Phase préparatoire : Élaboration d'un dossier écrit comprenant le concept et son positionnement, un business plan (projection annuelle + prévisionnel d'exploitation), l'offre client (recettes innovantes et adaptées), l'organisation de la production et du service, ainsi qu'une stratégie de communication digitale. 2 - Phase opérationnelle : Exploitation réelle du concept éphémère de pâtisserie (9 jours d'ouverture au public), incluant production, service, gestion d'équipe, suivi économique et recueil de la satisfaction client avec ajustements en continu. 3 - Phase de restitution : Soutenance orale devant jury présentant le concept, l'analyse des résultats (financiers et clients) et les préconisations pour une éventuelle pérennisation *Livrables et soutenance :* LIVRABLE 1 (rédigé en phase préparatoire) - Business plan avec budget prévisionnel intégrant toutes les charges et prévisions de recettes. - Organiser la production et le flux de travail prévu pour maîtriser coûts, temps et performance de la brigade. - Affichages obligatoires, les contraintes légales, fiscales et réglementaires. LIVRABLE 2 (Rédigé en phase de restitution) : - Dossier bilan intégrant une analyse financière des résultats - Propositions des ajustements stratégiques pour assurer la rentabilité, la durabilité et la conformité du projet Présentation orale et défense du modèle économique choisi (1H30) devant un Jury simulant des investisseurs/partenaires financiers.	Le business plan est complet, structuré et adapté à une activité de pâtisserie (charges, investissements, BFR, prévisions réalistes). Les KPIs (CA prévisionnel, marge brute, food cost, trésorerie) sont calculés correctement et démontrent la viabilité du projet. La démarche RSE est intégrée dans le projet (sourcing, réduction des coûts/impacts, optimisation des ressources). Le plan de financement initial et prévisionnel identifie clairement les besoins et ressources mobilisables (apports, emprunts, subventions). L'argumentation est claire et permet de convaincre un partenaire financier ou un investisseur. Le modèle économique intègre clairement une démarche RSE et optimise les flux de production. L'impact est mesuré sur les coûts (€/unité) Le projet démontre une vision durable conciliant performance économique, impact social et environnemental Le sourcing local est argumenté et démontré par des chiffres comme levier de réduction de coûts et de durabilité. (délais, CO_2, couts de transports) Les technologies innovantes proposées sont pertinentes, réalistes et adaptées au secteur de la pâtisserie. La présentation est structurée, professionnelle et adaptée à un jury d'investisseurs. Les solutions ou propositions d'ajustements stratégiques inclut une composante avec une nouvelle technologie (Automatisation, ou IA)
Mise en place de modèles économiques pour garantir une performance durable • Conception de modèles d'affaires durables intégrant des pratiques responsables et éthiques (sourcing local des matières premières, réduction des déchets, etc.) • Pilotage de la performance dans une démarche RSE • Veille et intégration des technologies dans le domaine de la pâtisserie permettant de gagner en rentabilité, efficacité et en réduction de déchets	Piloter la performance de l'activité dans une démarche de responsabilité sociétale, en optimisant l'organisation du travail en laboratoire de production et en évaluant l'impact des choix organisationnels sur les coûts et la gestion du temps, afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle tout en intégrant les enjeux économiques, sociaux et environnementaux. Développer des réflexes automatiques de recherches de produits locaux dans le tissu de sa zone de chalandise, de manière continue afin de minimiser les couts de transports Intégrer l'usage de technologies innovantes dans les processus de production et de gestion, en évaluant l'apport de solutions telles que l'automatisation ou les systèmes d'inventaire pilotés par l'IA, afin de réduire les coûts, renforcer l'efficacité opérationnelle et garantir l'excellence et la satisfaction client.		