

---

**BUT 3ème année**  
**BUSINESS DEVELOPPEMENT ET**  
**MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT (BDMRC)**  
**AGROALIMENTAIRE**

---

Réalisée dans le département TC (Techniques de Commercialisation) de l'IUT d'Annecy, cette formation d'1 an (ex LP Marketing et Logistique Agroalimentaire) proposée en alternance, permet l'obtention du Bachelor Universitaire de Technologie (Bac + 3), reconnu au niveau européen et inscrit au Répertoire National de la Certification Professionnelle (RNCP).

### Objectifs de la formation

**Former, en 1 an de spécialisation, des acteurs du commerce de l'agroalimentaire, via :**

- Un socle principal de compétences commerciales : savoir analyser les opportunités de développement de nouveaux produits, définir des stratégies marketing et commerciales, optimiser les référencements et choix de canaux de distribution, mettre en œuvre une campagne de communication digitale, manager une équipe.
- Des compétences techniques complémentaires : maîtriser les procédés de transformation, de conservation des produits frais, dans le respect des contraintes logistiques et de sécurité alimentaire

Ces compétences techniques permettent la formation de professionnels du commerce conscients des principaux enjeux et contraintes techniques de l'agroalimentaire, et ainsi en mesure de dialoguer avec tous les métiers de la chaîne.

### Insertion professionnelle

le BUT 3ème année BDMRC Agroalimentaire forme des spécialistes des activités consacrées aux produits frais, destinés à occuper des postes à responsabilité dans les

- Industries agro-alimentaires
- Plates-formes logistiques
- Centrales d'achat
- Grande distribution alimentaire


#### Métiers visés

- Responsable de rayon produit frais
- Responsable de secteur
- Responsable approvisionnement
- Commercial agroalimentaire, logisticien
- Chargé d'études et de développement des produits alimentaires

### Organisation

Formation proposée en alternance **en contrat d'apprentissage** :

- 14 semaines de cours sur l'année réparties de septembre à septembre (le reste du temps en entreprise)
- Un statut de salarié-e
- Une formation financée par l'entreprise (hors C.V.E.C.)



“ Cette formation a été conçue en réponse aux besoins des entreprises du secteur, tant au niveau régional que national : elle propose une formation centrée sur les techniques marketing et commerciales spécifiques aux produits alimentaires, afin de préparer en particulier les futurs commerciaux des industries agro-alimentaires et les responsables de rayon de la grande distribution. Grâce à l'intervention de nombreux professionnels, elle intègre pleinement les spécificités des aliments (logistique et technologies) et répond à un besoin réaffirmé des entreprises agro-alimentaires et de la distribution. ”

Guillaume LE BORGNE  
Responsable de formation



Industrie agro-alimentaire  
Marketing  
Distribution alimentaire  
Merchandising

## CANDIDATURE

- 1/ Candidature en ligne  
De février à mai sur  
<https://ecandidat-usmb.grenet.fr/ecandidat/>  
*N'attendez pas d'être recruté-e par une entreprise pour soumettre votre candidature*
- 2/ Sélection sur examen des dossiers de candidature de mars à juin
- 3/ Le candidat admissible après l'examen du dossier doit être recruté en contrat d'apprentissage pour obtenir une place définitive au sein de la formation (dans la limite des places disponibles).

Candidatures formation continue :  
Nous contacter au plus tôt

## CONTACTS

Responsable de la formation  
Guillaume LE BORGNE  
Renseignements et candidatures  
Elise NARDELLI / 04 50 09 22 97  
[elise.nardelli@univ-smb.fr](mailto:elise.nardelli@univ-smb.fr)

## Conditions d'accès

- Etre recruté-e par une entreprise en **contrat d'apprentissage**
- Etre titulaire d'un Bac+2 (commerce, gestion, production et qualité alimentaires...)  
permettant de valider les compétences pré-requises
- Possibilité de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

## Contenu de la formation BDMRC AGROALIMENTAIRE

### 3 pôles de compétences

#### • Technologie alimentaire :

Technologie des produits agro-alimentaires et de la matière première,  
Qualité, Législation et réglementation alimentaire,  
Enjeux contemporains de l'alimentation

#### • Techniques de commercialisation :

Négociation commerciale et techniques de référencement,  
Merchandising, Marketing agro-alimentaire,  
Comportements alimentaires,  
Études de marché,  
Distribution, Commerce international.

#### • Logistique appliquée :

Gestion des achats,  
Transports et logistique de distribution,  
Analyse de la valeur,  
Logistique intégrée.

#### Un projet tutoré ancré dans l'activité en entreprise :

Mené en parallèle de l'activité en entreprise, le projet tutoré constitue une unité d'enseignement. A ce titre, il porte sur la conduite d'un travail encadré et guidé par un enseignant et un professionnel. Chaque alternant propose un thème d'étude soumis à la validation de l'équipe pédagogique. Les modalités de sa mise en œuvre sont alors définies en relation étroite avec l'entreprise d'accueil (enquêtes, études de marchés, études marketing, études de faisabilité, études de logistique, études d'implantation, évaluation de prestations de services, respect de la chaîne du froid, agréage, etc...).

Il permet aux alternants de construire leur propre expérience des problématiques professionnelles en prenant le recul nécessaire à une analyse approfondie et d'ajuster leur effort de formation en fonction des lacunes et des difficultés rencontrées. Véritable colonne dorsale de la formation, il favorise la synthèse des apprentissages multidisciplinaires, caractéristiques de cette formation.

#### Exemples de missions en entreprise :

Animer et développer un secteur géographique ou un canal de distribution,  
Participer activement à la conception et mise en place du plan marketing, à la négociation en centrale, et la rédaction de cahiers des charges,  
Optimiser des processus logistiques, production, qualité...,  
Optimiser la gestion des flux physiques et d'informations ou de la flotte de transport,  
Optimiser le merchandising, de la rotation des stocks ou le taux de casse,  
Analyser un marché, le potentiel de développement de nouveaux produits...