

# La dénomination des commerciaux : une identité à revisiter ?

**Anne Parizot**

*IUT Reims \_Châlons \_Charleville- Université Champagne Ardenne  
Département Techniques de commercialisation Orientation Génie de la distribution industrielle  
4 bd Jean Delautre  
08000 Charleville Mézières*

*anne.parizot@univ-reims.fr*

**Section : 71 ème  
Secteur : tertiaire**

*Dans toute activité humaine, l'acte de nommer, de désigner est fondamental. Cette activité permet au concept de devenir réalité. Définir un métier, c'est d'abord être capable de le nommer. Or, un certain nombre de mutations ou d'évolutions apparaissent dans la terminologie employée : nouveaux métiers, nouvelles dénominations, ou encore modifications des dénominations avec ou sans modifications des contenus (compétences, savoirs...). Les entreprises revisitent la notion de «commercial» et sont amenées à créer une terminologie qui correspond mieux aux postes et fonctions désignés.*

*Les mutations ou évolutions terminologiques dans le monde entrepreneurial traduisent une dynamique qu'il faut nécessairement intégrer dans les référentiels de toutes natures. Il faut donc repérer, comprendre comment et pourquoi de telles évolutions ont lieu.*

*Ce thème constitue une des réflexions que nous avons à mener puisque d'une part, la relation entre IUT et entreprises est forte dans un contexte de professionnalisation, et d'autre part certains de nos départements d'IUT visent à former des « commerciaux » ou « technico commerciaux », nous sommes de plus en plus directement confrontés à la notion de métier par exemple en abordant le PPP ou encore en définissant nos formations dans les référentiels en termes d'emploi visé.*

*Mots clé : commercial, technico-commercial, compétences, métier, professionnalisation, Afnor, référentiels, code ROME, terminologie*