



Certification « Conseiller en sommellerie »
CAFA Formations
École Internationale des vins et alcools et spiritueux

Toutes les épreuves d'évaluation sont individuelles.

Pour obtenir la certification, le candidat doit valider l'ensemble des blocs de compétences.

Chaque bloc peut être validé séparément et donne lieu à la délivrance d'un certificat spécifique.

Bloc 1 : Rechercher et sélectionner des vins et alcools

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A1.1. Recherche des vins et alcools pour constituer des caves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du positionnement du point de vente - Analyse de la clientèle du point de vente - Etude de la concurrence du point de vente 	<p>C1.1. Etablir un diagnostic du point de vente en analysant les différents types de consommateurs selon leurs profils sociaux professionnels et les styles de points de vente et en décrivant leur profil et leurs caractéristiques, afin de rechercher et proposer des gammes de vins et alcools et d'alcool adaptés à la zone de chalandise de l'entreprise</p>	<p>Modalité d'évaluation N°1 Etude de cas (épreuve écrite)</p> <p>L'épreuve doit permettre d'évaluer les compétences C1 ; C2 ; C3 ; C7 ; C8 ; C9.</p> <p><u>- Documentation à disposition :</u></p> <p>Le candidat dispose d'un dossier de présentation d'un point de vente de vins et alcools (cave à vins et alcools, bar à vins et alcools, restaurant...) avec le contexte (présentation générale, positionnement, localisation, concept, type de clientèle, plats proposés, type de cuisine, cartes de prix, ...) et des informations sur les volumes nécessaires au fonctionnement de l'établissement et une liste de vins et alcools qu'il a préparée tout au long de sa formation.</p> <p><u>- Attendus :</u></p> <p>A l'appui de ces éléments, le candidat doit présenter :</p>	<p>Critères d'évaluation C1.1 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - caractérise l'établissement de vente de vins et alcools (type de point de vente, stratégie/objectifs, localisation, standing/style, concept, quantités nécessaires...); - caractérise la clientèle visée (profils des consommateurs, pouvoir d'achat, goûts en matière de vins et alcools, habitudes de consommation...) selon l'établissement (commerces / restaurants); - pré-identifie un périmètre de types et styles de vins et alcools adaptés à l'établissement et à la clientèle visé.
	<p>C1.2. Etudier les marchés des vins et alcools et le positionnement des concurrents, en réalisant une analyse de marché SWOT, afin de développer les activités de commercialisation des vins et alcools du point de vente</p>	<p>Critères d'évaluation C1.2 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie les concurrents sur le marché et décrit leur offre de produits et leur positionnement (tarifs, clientèle...); - évalue les perspectives (potentiels) des différents marchés (clientèle) selon les types de vins et alcools; - positionne dans une analyse SWOT les opportunités (potentiel des marchés) et menaces liées au marché des vins et alcools, selon les styles de vins et alcools. 	

	<p>C1.3. Définir les vins et alcools pour la clientèle ciblée, en s'appuyant sur le diagnostic et l'étude de marché réalisés et en tenant compte de la typicité du point de vente afin de proposer aux consommateurs des produits conformes à leurs attentes et au marché</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les caractéristiques de l'établissement et sa clientèle et les types de vins et alcools correspondant à ces critères (C1) - une analyse de marché (SWOT) du point de vente, en lien avec le contexte de l'étude de cas (C2) - un premier choix des types de vins et alcools adaptés à la clientèle et à l'établissement parmi le listing des vins et alcools et expliquer ses choix (C3) - un bon de commande de vins et alcools (C7) - un calendrier prévisionnel des livraisons (C8) - déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel et la marge dégagée (C9) <p><u>- Déroulement :</u></p> <p>Le candidat dispose de 4 heures pour réaliser l'étude de cas.</p>	<p>Critères d'évaluation C1.3 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie et sélectionne des vins et alcools (cépages, régions géographiques, caractéristiques organoleptiques etc...) pertinents : <ul style="list-style-type: none"> ○ répondant à la zone de chalandise (profils des consommateurs, goût, budget...); ○ tenant compte de la stratégie et du budget de l'établissement ; ○ présentant un rapport qualité prix optimal ; ○ prenant en compte la saisonnalité, les tendances en matière de vins et alcools et l'originalité des vins et alcools et la différenciation par rapport à la concurrence ; ○ tenant compte de la consommation responsable (circuits courts, vins et alcools biologiques..) ; ○ en accord avec les plats et mets proposés à la carte selon le contexte (restaurant, bar à vins et alcools, caviste...). - explique et argumente sa sélection au regard du contexte du point de vente.
<p>A1.2. Constitution de la liste des vins et alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélection des producteurs - Evaluation comparative rapport qualité / prix des vins et alcools 	<p>C1.4. Rechercher des producteurs et des viticulteurs dans toutes les régions de production en France et dans le monde, en utilisant les outils de recherche sur internet et son réseau de partenaires, afin d'obtenir des informations caractéristiques sur les produits</p>	<p>Modalité d'évaluation N°2</p> <p>Constitution d'une liste des vins et alcools (dossier de présentation préparé tout au long de sa formation)</p> <p>L'épreuve doit permettre d'évaluer C4 ; C5 et C6.</p>	<p>Critères d'évaluation C1.4 :</p> <p>Dans la liste des vins et alcools, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente une liste représentative de l'ensemble des régions viticoles françaises et comprend des vins et alcools étrangers emblématiques ; - cite les sources utilisées, fiables et pertinentes au regard du contexte du point de vente : documentation professionnelle sur Internet (annuaires,

<p>- Composition de la liste à vins et alcools</p>	<p>C1.5. Réaliser une analyse comparative des vins et alcools d'une même région de production, en comparant des notes de dégustation des vins et alcools entre producteurs et en analysant les prix associés, afin d'obtenir le meilleur rapport qualité/prix selon le marché déterminé</p>	<p><u>- Attendus :</u></p> <p>Le dossier rédigé comprenant une centaine de références en vins et alcools et alcool, doit comporter les informations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nom du produit (C4) - Région de production (C4) - Nom du producteur (C4) - Millésime et quantité disponible sur le marché par millésime (C5) - Prix d'achat et prix de vente conseillé et notes de dégustation attribuée par les professionnels (Parker, Figaro..) (C5) - Informations sur les quantités disponibles par produit et par millésime chez le producteur (C6) <p>Le candidat est évalué sur ses connaissances générales en vins et alcools et spiritueux, sa capacité à composer une cave adaptée à un restaurant ou à un type de commerce de vins et alcools.</p> <p>Le candidat est évalué sur les choix des vins et alcools, la diversité proposée et sur l'argumentation proposée pour expliquer et justifier ses propositions.</p>	<p>sites internet des producteurs..) et sur le réseau de partenaires ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie des noms de produits, des producteurs et des régions de production, au minimum 3 vins et alcools pour chaque région de production - identifie les caractéristiques des produits : note de dégustation, type de production, volume... <p>Critères d'évaluation C1.5 :</p> <p>Dans la liste des vins et alcools, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mentionne, pour les produits identifiés, la note de dégustation établie par des professionnels ; - mentionne, pour les produits identifiés, l'information sur les volumes disponibles sur le marché ; - mentionne les prix d'achats départ producteurs ; - classe les produits selon leur zone de production en hiérarchisant le rapport qualité / prix. <p>L'information est récupérée auprès des producteurs.</p>
	<p>C1.6. Analyser les disponibilités des produits dans le temps et dans l'espace selon les capacités de production sur site, en recherchant les informations auprès du producteur, afin d'établir des listes de produits disponibles et les quantités</p>		<p>Critères d'évaluation C1.6 :</p> <p>Dans la liste des vins et alcools, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente les spécificités de production des producteurs (vins et alcools cultivés en biodynamie, agriculture raisonnée, agriculture biologique, contenant des sulfites, etc.) ; - présente les volumes disponibles chez les producteurs par millésime et par appellation.

<p>A1.3. Gestion prévisionnelle des achats et des ventes de vins et alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estimation des quantités en vins et alcools nécessaires au point de vente - Préparation du budget d'achat des vins et alcools - Détermination du chiffre d'affaires prévisionnel et calcul de marge 	<p>C1.7. Evaluer les quantités de vins et alcools nécessaires au point de vente, en les adaptant aux attentes du marché visé et en calculant les besoins prévisionnels, afin de réaliser les commandes auprès des fournisseurs</p>	<p><u>- Déroulement :</u></p> <p>Le dossier de présentation des vins et alcools (carte des vins et alcools) est constitué tout au long de la formation. Ce dossier est utilisé pour réaliser l'étude de cas et est remis lors de cette épreuve.</p>	<p>Critères d'évaluation C1.7 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fournit un certain nombre d'informations permettant de déterminer la consommation prévisionnelle de vins et alcools sur la base du contexte de l'étude de cas (nombre de personnes, type d'événement, fréquence...) - calcule les besoins en volume par produits et élabore le bon de commande par producteur.
	<p>C1.8. Programmer les livraisons en fonction du prévisionnel de vente afin d'optimiser les achats du point de vente et de pratiquer une gestion des stocks de vins et alcools optimale</p>		<p>Critères d'évaluation C1.8 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le candidat détermine le montant des achats à effectuer sur une période et les besoins en quantité définis dans le contexte ; - prépare la périodicité des livraisons en fonction des prévisions de vente au regard du contexte.
	<p>C1.9. Déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel et la marge dégagée du point de vente de vins et alcools, en analysant les potentialités du marché, afin d'anticiper les résultats de l'activité</p>		<p>Critères d'évaluation C1.9 :</p> <p>Dans l'étude de cas, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - calcule, selon les volumes d'achats, le chiffre d'affaires prévisionnel en appliquant les coefficients communiqués sur les prix d'achat ; - détermine les montants de TVA collecté et déductible ; - calcule la marge commerciale en valeur relative et absolue.

Bloc 2 : Déguster des vins et alcools

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2.1. Analyse des vins et alcools et des alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse visuelle - Analyse olfactive - Analyse gustative 	<p>C2.1. Analyser visuellement la robe des vins et alcools, en étudiant différents critères (couleur, limpidité, intensité, brillance), afin de qualifier le produit (vin tranquille, vins et alcools effervescent, couleur du vin, matière en suspension, larmes...)</p>	<p>Mise en situation professionnelle - Atelier de dégustation L'objectif est de déguster des vins et alcools et commenter les dégustations.</p> <p>Cette épreuve d'évaluation évalue l'ensemble des compétences du bloc.</p> <p><u>- Documentation / matériel à disposition :</u> Le candidat dispose de 4 verres de dégustation.</p> <p><u>- Attendus :</u></p>	<p>Critères d'évaluation C2.1 :</p> <p>Au cours des ateliers d'analyse sensorielle, le candidat doit, dans la fiche sensorielle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier et décrire la couleur, la brillance, la limpidité et l'intensité du vin ; - décrire, selon les critères d'analyse de la robe (couleur, brillance, limpidité, intensité du vin), l'origine / les caractéristiques d'origine du vin (âge, santé du vin...). <p>Le verre est tenu par le pied et en l'orientant sur un angle de 45 degrés.</p>
	<p>C2.2. Analyser le nez du vin, en recherchant d'éventuels défauts et en établissant une liste de sensations olfactives selon l'intensité et la qualité des arômes perçus au premier nez et à l'agitation selon les 3 types de familles aromatiques afin de préparer un diagnostic qualitatif du vin</p>	<p>Lors des ateliers, le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'identification des caractéristiques des vins et alcools en ayant recours à l'analyse visuelle (C1), au nez (C2), et lors de dégustations (C3), - ses capacités à commenter, à exposer à l'écrit et à interpréter les caractéristiques des vins et alcools goûtés. L'évaluation porte également sur la capacité du 	<p>Critères d'évaluation C2.2.</p> <p>Au cours des ateliers d'analyse sensorielle, le candidat doit, dans la fiche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - indiquer les sensations perçues lors de l'analyse olfactive selon des deux étapes de l'analyse sensorielle (1^{er} nez et à l'agitation) - s'assurer que le vin ne présente pas de défaut - déterminer, pour chacune des 3 types familles aromatiques (primaire - issue du cépage, secondaire - issue de la fermentation et tertiaire issue de l'élevage du vin) les caractéristiques organoleptiques du vin.

	<p>C2.3. Analyser les qualités gustatives d'un vin, en listant les sensations perçues lors de la prise en bouche du vin (attaque, évolution, finale) afin de caractériser le produit (vieux, jeune, à boire, à conserver..)</p>	<p>candidat à identifier les origines de vins et alcools et d'alcools (C4 et C5).</p> <p><u>- Déroulement :</u></p> <p>Epreuve de dégustation écrite.</p> <p>Le candidat dispose de 120 minutes pour 12 ateliers d'analyse sensorielle détaillés comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 identifications de cépages - 2 identifications de régions viticoles - 2 identifications de défauts majeurs - 1 commentaire descriptif sur un vin rouge et sur un vin blanc - 1 identification de millésime au travers d'une série en verticale proposée - 2 identifications de spiritueux ou de boissons alcoolisées au travers d'une approche aromatique 	<p>Critères d'évaluation C2.3.</p> <p>Au cours des ateliers d'analyse sensorielle, le candidat doit, dans la fiche sensorielle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - évaluer les caractéristiques gustatives du vins et alcools lors des trois phases de la dégustation (attaque, milieu, finale) et les décrire ; - qualifier la structure, l'équilibre et l'harmonie du vin ; - définir les arômes de bouche (amer acide fruité gras mou brulant astringent etc...) ; - quantifier la longueur en bouche. <p>Le vocabulaire professionnel de dégustation du vin est utilisé.</p> <p>Le goûter du vin se déroule en plusieurs étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prise en bouche d'une petite quantité de vin ; - tapisser la bouche du produit ; - retro olfaction (entrer d'air - bruit de bouche avec le nez) ; - crachat du vin ; - analyse des sensations pendant quelques secondes.
<p>A2.2. Interprétation et description des vins et alcools</p>	<p>C2.4. Identifier les caractéristiques propres à des types de vins et alcools, en réalisant les analyses visuelle, olfactive et gustative</p>		<p>Critères d'évaluation C2.4 :</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Identification du vin - Interprétation du vin - Evaluation du vin - Elaboration d'une fiche technique de dégustation 	<p>et en effectuant la synthèse des informations, afin de caractériser les vins et alcools</p>		<p>Au cours des ateliers d'analyse sensorielle, le candidat doit, dans la fiche sensorielle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fournir des indications qualitatives du produits à savoir : <ul style="list-style-type: none"> o Cépage principal utilisé et la région de production ; o Etat du vin : donne son avis sur l'état actuel du vin (défaut, qualité) ; o Devenir du vin : se projette sur son évolution (à boire, à garder, potentiel de garde) ; o Service du vin : définit la température de service idéale. Choisit une technique de mise en condition (type de carafe) ; o Accord mets et vins et alcools : propose 2 plats en accord avec le vin et le justifie. - employer un vocabulaire professionnel de dégustation du vin.
	<p>C2.5. Etablir un commentaire commercial de dégustation en effectuant la synthèse des informations obtenues sur l'état du vin, le devenir du vin, le type de service et l'accord mets et vins et alcools conseillé, afin de mettre en valeur le produit</p>		<p>Critères d'évaluation C2.5 :</p> <p>Au cours des ateliers d'analyse sensorielle, le candidat doit, dans la fiche sensorielle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - indiquer pour un vin identifié : la région d'origine, l'appellation, le type d'appellation, la situation géographique, le climat, le sol, la superficie de l'appellation, le volume de production, les principaux cépages, le type de production, les particularités de vinification ; - effectuer une présentation du produit par écrit permettant la mise en valeur du vin.

Bloc 3 : Développer une offre commerciale sur un vin ou un alcool

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A3.1. Définition d'une stratégie commerciale pour un vin ou une gamme de vins et alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des ventes par produit ou gamme de produits - Identification des problématiques de vente d'un produit ou gamme de produits - Définition d'actions d'amélioration des ventes d'un produit ou gamme de produits - Définition des moyens d'amélioration des ventes d'un produit ou gamme de produits 	<p>C3.1. Analyser les ventes des produits et gammes de produits, sur la base des travaux d'inventaire réalisés et du chiffre d'affaires, afin d'identifier un produit ou une gamme de produit nécessitant une mise en valeur différenciée</p>	<p>Rédaction d'un rapport à partir d'une expérience professionnelle dans un point de vente de vins et alcools (expérience passée ou stage)</p> <p>Et soutenance devant jury</p> <p>Cette épreuve d'évaluation évalue l'ensemble des compétences du bloc.</p> <p><u>- Attendus :</u></p> <p>Evaluer le candidat sur sa capacité d'analyse et de mise en œuvre d'une politique de commercialisation de vins et alcools et de boissons alcoolisées pour proposer des axes d'amélioration justifiés.</p> <p>Lors de cette épreuve, le candidat doit rédiger et présenter à l'oral un rapport sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification de problématiques de vente liées à des produits ou gamme de produits d'actions à mener sur un des produits et gammes de produits dans un point de vente (C1) 	<p>Critères d'évaluation C3.1 :</p> <p>Dans son rapport, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie la problématique de vente liée à un produit ou gamme de produits : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'analyse de l'état des stocks identifie les produits en surstockage. ○ Les produits à caractère problématique (en fin de vie, image de marque défailante...) sont repérés. ○ Les produits ou gammes présentant un chiffre d'affaires faible sont identifiés. - Justifie le choix du produit ou gamme de produits faisant l'objet de la définition d'actions d'amélioration, au regard des problématiques rencontrées - Décrit les actions de mise en valeur différenciée : fin de vie de produit, surstockage, image de marque à améliorer...

	<p>C3.2. Analyser les forces et faiblesses d'un produit ou d'une gamme de produits sélectionné(e), en prenant en compte les volumes disponibles et le chiffre d'affaires réalisé, afin de déterminer des axes de mise en valeur du produit ou de la gamme de produits et les actions commerciales à mettre en place</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La proposition d'actions commerciales à mener, selon les moyens et ressources alloués dans le point de vente (C2) - Le suivi de la mise en œuvre de ces actions commerciales (C3) - L'argumentaire commercial utilisé sur des produits ou gamme de produits (C4) - L'analyse des résultats commerciaux (C5) <p><u>- Déroulement</u></p> <p>Le candidat est encadré pour la rédaction de son rapport. Après remise de l'écrit (entre 40 et 50 pages), une soutenance de 25 minutes se déroulera devant un jury de professionnels.</p>	<p>Critères d'évaluation C3.2 :</p> <p>Dans son rapport, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse le produit ou la gamme de produits sur le plan technique (propriétaire, mode de production, mode d'élevage, vinification...) et commercial (résultats de vente actuels, historique de ventes, notes de dégustation...); - Identifie les forces et faiblesses du produits (ou gamme) ; - Choisit des modalités d'actions adaptées à l'analyse réalisée.
<p>A3.2. Déploiement des actions commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place des actions commerciales d'amélioration d'un produit ou gamme de produits - Présentation commerciale du vin - Analyse des résultats commerciaux 	<p>C3.3. Mettre en place et animer les actions commerciales sélectionnées, selon la typicité du point de vente et en respectant les moyens financiers alloués, en sensibilisant les membres de l'équipe participant à ces actions, afin de développer les ventes d'un produit ou d'une gamme de produits sélectionnés</p>	<p>15 minutes seront dédiées aux questions du jury.</p>	<p>Critères d'évaluation C3.3 :</p> <p>Dans son rapport, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente les actions commerciales qui ont été sélectionnées et mises en œuvre (mise en avant du produit sur le rayon, action promotionnelle du produit, information technique sur les accords mets et vins et alcools...); - démontre que les actions commerciales respectent les ressources financières allouées et sont cohérentes par rapport à la taille et au volume d'affaires du point de vente.

	<p>C3.4. Elaborer une fiche de présentation d'un produit, en décrivant ses caractéristiques techniques et en utilisant ses points forts, afin de créer un message simple, clair et exhaustif utilisable pour tous type d'outils de communication (support papier, site web, réseaux sociaux), en prévoyant son adaptation pour un public en situation de handicap</p>		<p>Critères d'évaluation C3.4 :</p> <p>Dans son rapport, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elabore une fiche technique du produit lisible et compréhensible par tous en termes de vocabulaire utilisé ; - Reprend les caractéristiques visuelles olfactives et gustatives du produit et les accords mets-vins et alcools recommandés.
	<p>C3.5. Analyser les résultats des actions commerciales menées sur le produit ou gamme de produits sélectionné(e), sur la base de l'inventaire et l'évolution du chiffre d'affaires, afin de vérifier des objectifs de la stratégie commerciale</p>		<p>Critères d'évaluation C3.5 :</p> <p>Dans son rapport, le candidat explique et justifie les résultats des opérations commerciales menées en termes d'évolution de stocks et du chiffres d'affaires lié au produit ou gamme de produits.</p>

Bloc 4 : Conseiller des vins et alcools

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A4.1. Analyse des besoins du client en vins et alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accueil du client - Recueil et découverte des besoins 	<p>C4.1. Accueillir un client au sein d'un point de vente de vins et alcools, en respectant les règles de présentation liées aux métiers de la vente, en adoptant une posture professionnelle (sympathie, sourire...), et en s'assurant de la bonne capacité d'accès d'un client en situation de handicap, afin d'instaurer une relation commerciale avec le client</p>	<p>Modalité d'évaluation N°1 Mise en situation professionnelle (épreuve orale) : conseils de vins et alcools à des clients pour des situations données</p> <p>L'épreuve doit permettre d'évaluer les compétences C1 ; C2 ; C3 ; C4.</p> <p><u>- Documentation :</u></p> <p>Le candidat tire au sort un sujet de mise en situation de vente/conseil dans un contexte donné (restaurant, cave à vin). Il dispose d'une carte des vins et alcools.</p> <p><u>- Attendus :</u></p> <p>Le candidat doit conseiller le jury sur des choix d'accord « mets et vins et alcools » en liaison avec les situations professionnelles proposées par le jury. Les choix sont à justifier oralement et le candidat doit expliquer les raisons qui le</p>	<p>Critères d'évaluation C4.1 :</p> <p>Lors de l'épreuve orale, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - respecte les règles de base de l'accueil de la clientèle en se présentant en tant que professionnel du vin, en identifiant ses clients (à définir : profil du consommateur (homme, femme, âge, CSP, etc...)) et en installant un climat de confiance ; - utilise le vocabulaire professionnel du domaine du vin ; - prend les dispositions nécessaires pour faciliter l'accès du public en situation de handicap.
	<p>C4.2. Recueillir les besoins du client en posant des questions sur ses attentes et ses goûts afin de déterminer une gamme de produits (vins et alcools) à lui proposer</p>		<p>Critères d'évaluation C4.2 :</p> <p>Lors de l'épreuve orale, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pose des questions au client pertinentes au regard de la situation rencontrée et identifie ses besoins (goûts, ses habitudes de consommation, le style de vins et alcools, budget, type de repas, type de plat nombre de personne, connaissance en vins et alcools de ses invités etc..); - construit une offre commerciale adaptée à ces besoins.

<p>A4.2. Proposition de vins et alcools au client</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification du vin pour le client - Présentation du vin au client - Service du vin selon les règles de l'art 	<p>C4.3. Personnaliser l'offre du produit sélectionné, en utilisant des termes adaptés au client et en respectant les règles des accords mets-vins et alcools afin lui présenter le produit (vin/alcool) répondant à sa demande et expliquer l'accord « mets et vins et alcools » recommandé</p>	<p>poussent à associer un vin avec une situation</p> <p>Le candidat est ainsi évalué sur sa capacité à analyser des situations, des informations pour orienter des clients et conseiller des choix de vins et alcools.</p> <p>Lors de l'épreuve orale, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - accueillir le client et identifier et reformuler ses besoins (C1 et C2) - choisir un vin pertinent au regard de la situation du client (C3) 	<p>Critères d'évaluation C4.3 :</p> <p>Lors de l'épreuve orale, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - propose un produit adapté au contexte du client (menu, plats budget) ; - utilise vocabulaire reprenant les termes utilisés par le client et démontrant sa capacité d'écoute, d'adaptation et de compréhension du besoin ; - décrit un accord proposé mets-vins et alcools conforme aux règles de base des accords mets-vins et alcools (couleur, opposition, similitude).
	<p>C4.4. Développer une argumentation du produit sélectionné, en présentant les principales caractéristiques techniques du produit et en utilisant un vocabulaire professionnel, afin de démontrer la pertinence de la proposition d'accord mets et vins et alcools</p>	<p>- développer un argumentaire sur le produit (C4)</p> <p><u>Déroulement :</u></p> <p>Epreuve de 25 minutes de conseil à la clientèle (jury dans le rôle du client)</p> <p>Modalité d'évaluation N°2 Mise en situation professionnelle : service du vin</p>	<p>Critères d'évaluation C4.4 :</p> <p>Lors de l'épreuve orale, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente le produit choisi et démontre techniquement que le produit possède toutes les qualités recherchées par le client (accord mets et vins et alcools explicité) ; - répond aux questions techniques sur le produit en reformulant et en les adaptant aux besoins exprimés par le client en utilisant les techniques de traitement des objections (accepter, reformuler, isoler).
	<p>C4.5. Réaliser le service du vin, en expliquant et démontrant les besoins du respect des règles du service du produit et en reproduisant les gestes à suivre, afin que le client puisse bénéficier de conditions de dégustation optimales</p>	<p>L'épreuve doit permettre d'évaluer la compétence C5</p> <p><u>- Documentation et matériel à disposition :</u></p> <p>Matériel à disposition : différents type de verres par deux (vins et alcools rouge, vins et alcools blanc, flute à champagne, verre à eau) et des verres à l'unité (dont 1 est à</p>	<p>Critères d'évaluation C4.5 :</p> <p>Lors de l'épreuve de service du vin, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - respecte les règles du service des vins et alcools (type de carafe, température de service, type verre) ; - transmet au client des informations pratiques sur le mode de consommation du produit.

		<p>prendre pour goûter le vin avant le service), différentes carafes (à décanter, à aérer), guéridon, bougie, vins et alcools (le candidat doit avoir avec lui : un sommelier, un linceul, une boîte d'allumettes)</p> <p><u>Attendus :</u></p> <p>Le candidat doit montrer devant le jury d'évaluation (jury dans le rôle du client) qu'il connaît et applique les techniques de base de services des vins et alcools et des boissons et choisit le bon matériel (verres, carafes..).</p> <p><u>Déroulement :</u></p> <p>Epreuve de service des boissons de 15 mm selon un thème proposé par le jury</p>	
--	--	---	--

Bloc 5 : Organiser et animer des dégustations de vins et alcools

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A5.1. Elaboration d'une offre « événementielle » innovante</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnostic des événements réalisés en entreprise (dans son point de vente) - Diagnostic de l'environnement (concurrence) - Définition des facteurs clefs de succès d'un événement - Proposition de nouveaux produits « événementiels » - Conception des programmes - Planification des événements - Evaluation du budget de l'événement autour du vin - Préparation et organisation de l'événement - Elaboration d'un plan de communication global et digital adapté aux spécificités du marché 	<p>C5.1. Etablir un diagnostic de l'historique des événements réalisés par l'entreprise et par la concurrence, en analysant les résultats des opérations passées, afin d'en retirer les facteurs clefs de succès sur lesquels l'entreprise va assurer la réussite de ses opérations événementielles</p>	<p>Mise en situation professionnelle réelle : le candidat élabore un dossier et le présente en soutenance devant le Jury, à partir d'une expérience professionnelle en entreprise.</p> <p>Le dossier porte sur l'élaboration et l'animation d'une opération événementielle.</p> <p>L'épreuve doit permettre d'évaluer l'ensemble des compétences du bloc.</p> <p><u>Attendus :</u></p> <p>L'objectif est d'évaluer le candidat sur ses capacités d'organisation et de gestion d'un événement commercial ou promotionnel autour du vin en relation ou en partenariat avec un établissement, un producteur, une cave, etc.</p> <p>Le candidat est évalué sur l'originalité du concept, la préparation de l'événement</p>	<p>Critères d'évaluation C5.1 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente l'établissement et le diagnostic des actions « événementiel » réalisées avec clarté et pertinent par rapport aux objectifs stratégiques (de développement) de l'entreprise ; - analyse les résultats permettant d'identifier les forces et faiblesses en interne de l'entreprise ; - liste les opérations événementielles de la concurrence afin de proposer une offre différenciée ; - présente les facteurs clefs du succès : produits, prix, emplacement, communication, organisation, matériel de qualité, personnel efficace, partenaires.

	<p>C5.2. Développer des concepts d'évènements autour des vins et alcools, en présentant des actions à réaliser et des objectifs à atteindre dans le respect d'un budget et d'une clientèle ciblée, afin de développer la notoriété et le chiffre d'affaires du point de vente</p>	<p>(avec la mention des objectifs visés), l'organisation, la qualité du service, la qualité de l'animation et la qualité de la gestion des relations clients. A l'issue de l'évènement, les candidats réalisent un bilan de l'évènement.</p> <p>Le candidat doit montrer au jury sa capacité à planifier, organiser et analyser des opérations événementielles autour du vins et alcools. La présentation s'effectue à l'oral devant un jury professionnel avec en appuie le dossier de présentation de l'action préparé par le candidat</p>	<p>Critères d'évaluation C5.2 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - démontre que la thématique de l'évènement choisi et les modalités organisationnelles (soirée privée, initiation dégustation, repas dégustation, présentation d'une région viticole, d'un pays producteur, d'un producteur, d'un style de vin etc..) correspondent au contexte du point de vente (type d'établissement, budget, clientèle ciblée...); - définit les actions à réaliser et des objectifs à atteindre (nombre de participants, chiffre d'affaires) au regard des ressources du point de vente (financières, matérielles, humaines).
	<p>C5.3. Rédiger un cahier des charges, en élaborant un calendrier des événements à organiser dans le temps et dans l'espace et en définissant les moyens associés (communication, matériel, humain...) à mettre en place, afin d'organiser l'évènement</p>	<p><u>Déroulement :</u></p> <p>L'épreuve se déroule en 2 temps :</p> <p>1^{ère} phase : le candidat présente et fait valider son projet d'évènements par l'équipe pédagogique.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sujet à valider sur une thématique : - Evènement : à concevoir et faire valider par le formateur référent <p>2^{ème} phase : le candidat présente l'évènement et le bilan de l'action qu'il a réalisé devant un jury (15 minutes de présentation, 5 minutes de questions réponses)</p>	<p>Critères d'évaluation C5.3 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présente le calendrier des opérations « événementiel ». Celui-ci est cohérent et pertinent au regard de la saisonnalité des ventes de vins et alcools et d'alcools ; - présente les éventuels partenaires mobilisés pour l'évènement et le lieu de l'évènement (au sein du point de vente ou chez le partenaire) au regard du contexte du point de vente : - décrit les canaux de communication et de promotion de l'évènement utilisés (Affiche, flyer, communication digitale, presse, prospection entreprise (CE) etc..). Ceux-ci sont cohérents avec la stratégie et le budget définis et sont argumentés.

<p>A5.2. Animation des dégustations de vins et alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérification de la qualité des vins et alcools (températures, goûts...) - Préparation et sélection du matériel de dégustations - Présentation des caractéristiques et des spécificités des vins et alcools auprès des clients - Conduite de dégustations 	<p>C5.4. Préparer les vins et alcools dans le cadre de l'évènement, en vérifiant leur qualité et en mettant en place le matériel adapté, afin d'assurer une qualité de dégustation optimale</p>		<p>Critères d'évaluation C5.4 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - justifie le choix des vins et alcools au regard de l'objectif de évènement ; - décrit la préparation matérielle de l'évènement - structurée et conforme aux exigences de la profession et adaptée à l'évènement (choix du matériel, vérification, mise en place) : <ul style="list-style-type: none"> ○ en sélectionnant des verres et des ustensiles adaptés pour servir des vins et alcools à tables (crachoir, tables chaises, support de lisibilité d'un produit, documentation technique...) ○ en aménageant des espaces pour des dégustations ; ○ En sélectionnant des verres et des services adaptés selon les vins et alcools et alcools ; - décrit le processus de vérification de la qualité gustative du produit : <ul style="list-style-type: none"> ○ en vérifiant la qualité de conservation et la qualité gustative ; ○ en mettant des boissons à température ; ○ en gérant des décantations de vins et alcools.
--	---	--	---

	<p>C5.5. Animer la dégustation en décrivant les caractéristiques et les spécificités de vins et alcools, en présentant les origines et la composition des vins et alcools et en détaillant les saveurs et les intérêts de types de vins et alcools, pour accompagner les clients dans des dégustations et recueillir leurs impressions</p>		<p>Critères d'évaluation C5.5 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat présente le déroulé de l'animation de l'évènement ayant permis :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ la transmission des informations essentielles sur les produits sélectionnés pour la thématique de l'évènement (présentation de la région viticole, cépages utilisés, type de sol rencontrés, climat, caractéristiques organoleptiques, présentation du vigneron, historique de la propriété, accord mets et vins et alcools possibles) ; ○ l'organisation matérielle mis en place pour assurer la dégustation ; ○ la technique de dégustation qu'il a employée auprès des clients lors de la manifestation ; ○ les échanges avec les participants sur les produits dégustés ; ○ les principales questions posées par les participants et les réponses techniques apportées au client (qualités du produit, modalités de services et de dégustation...).
--	--	--	--

<p>A5.3. Présentation du bilan d'un événement autour des vins ou alcools</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrôles de satisfactions des clients - Adaptation des propositions de vins et alcools selon les réactions des clients 	<p>C5.6. Analyser des taux de satisfaction des clients, en recueillant les avis des clients sur les produits et sur les méthodes d'animation, afin d'évaluer la qualité de la prestation d'animation de la dégustation et d'identifier les axes de progression</p>		<p>Critères d'évaluation C5.6 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat présente les résultats de l'enquête de satisfaction réalisée à la fin de l'évènement ayant permis de recueillir l'avis des clients portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Le choix de la nature de l'évènement ○ Le choix des produits présentés ○ La maîtrise du contenu ○ Méthode pédagogique ○ La communication avec le client ○ Les conditions matérielles (salle de dégustation, équipement pédagogique, logistique, ○ Points positifs ○ Points à améliorer
	<p>C5.7. Analyser les résultats financiers de l'évènement, en présentant un bilan coûts/chiffre d'affaires, afin de mesurer la rentabilité financière de l'évènement</p>		<p>Critères d'évaluation C5.7 :</p> <p>Lors de la soutenance du dossier devant le jury, le candidat présente et commente le bilan financier de l'opération au regard des objectifs commerciaux de l'évènement :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de participants ○ Chiffre d'affaires ○ Coût d'achat des produits ○ Marge brute