

Référentiel de certification

Sommelier.e de restauration international.e

BLOCS DE COMPÉTENCES :

- **BLOC 1 : DÉFINIR LA CARTE DES VINS ET BOISSONS D'UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE ET CONTRIBUER À L'APPROVISIONNEMENT**
- **BLOC 2 : GÉRER LA CAVE ET LE BAR D'UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE**
- **BLOC 3 : CONSEILLER ET SERVIR UNE CLIENTÈLE INTERNATIONALE DANS UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE**
- **BLOC 4 : ASSURER L'ANIMATION COMMERCIALE POUR FIDELISER UNE CLIENTELE INTERNATIONALE DANS UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE**

Le Greta Drôme Ardèche a porté une attention particulière aux problématiques du handicap dans la construction du référentiel de compétences et d'évaluation. Tout d'abord, dans le cadre du respect du règlement d'examen, il est à noter que tout candidat.e peut saisir le référent handicap du certificateur pour :

- aménager les modalités d'évaluation et
- obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation.

Ainsi, les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et, dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un référentiel d'activités qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un référentiel de compétences qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un référentiel d'évaluation qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : DÉFINIR LA CARTE DES VINS ET BOISSONS D'UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE ET CONTRIBUER À L'APPROVISIONNEMENT			
Activité 1 Evaluation des besoins en vins et boissons d'un établissement d'excellence¹	C 1 – Référencer et sélectionner les vins français et internationaux, et autres boissons, en procédant à une dégustation analytique afin de concevoir une offre adaptée, qui répond aux attentes de la clientèle	Mise en situation professionnelle déclinée en 3 épreuves : Epreuve n°1 : Dégustation Epreuve n°2 : En fonction du contexte donné, création d'un support de vente sous la forme d'une carte des vins et des boissons Epreuve n°3 : simulation d'une situation de négociation commerciale	Epreuve n°1 : Le (la) candidat(e) énonce la qualité des vins français et internationaux en fonction des critères suivants : équilibre du vin, intensité, complexité de ses arômes, persistance aromatique, typicité. Le (la) candidat(e) respecte les étapes du processus de dégustation du vin et son analyse est complète : <ul style="list-style-type: none"> ● Analyse visuelle : aspect du vin (couleur et intensité), larmes ou jambes, clarté et limpidité ● Analyse olfactive : la diversité des arômes est clairement identifiée : primaires, secondaires, tertiaires ; floraux, végétaux, épicés, minéraux, boisés, chimiques, de déviation ● Analyse gustative : l'attaque, la structure (acidité, tannins), le corps, le goût, la longueur en bouche, l'équilibre, le potentiel de vieillissement, l'harmonie Epreuve n°2 : A partir d'un contexte choisi, le (la) candidat(e) conçoit une carte des vins et boissons : <ul style="list-style-type: none"> ● En sélectionnant le support adapté ● En procédant à la sélection des références correspondant aux attentes de la clientèle préalablement identifiées La carte des vins et boissons doit indiquer les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ● La liste des vins disponibles, avec une description détaillée de chaque vin, notamment le nom du vin, le millésime, le producteur ou la région de production, le cépage ou les cépages
	C 2 - Créer et mettre en œuvre la carte des vins français et internationaux, et autres boissons en tenant compte de la typologie de la clientèle et des nouvelles tendances de consommation, afin d'atteindre les objectifs de développement de l'établissement.		

¹ Établissement d'excellence : établissements référencés au Guide Michelin, Restauration gastronomique, Hôtellerie 3, 4, 5 étoiles et Palaces

			<p>utilisés, le label bio (si concerné) et toute autre information pertinente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les vins sont classés par type (rouge, blanc, rosé), par région, par cépage, ou par ordre de prix. • Le prix de chaque bouteille de vin ou le prix du verre de vin, s'il est servi au verre. Le prix doit inclure également les éventuels taxes et les frais de service, le cas échéant. • Classification des vins selon leur appellation d'origine : AOP, IGP, vins de France, etc. • Répartition selon les différentes « centilisations » : verres, bouteille standard (750 ml), la demi-bouteille (375 ml) ou le magnum (1,5 litres) etc. • Informations sur la cave : si l'établissement possède une cave à vin spéciale ou des sélections de vins rares, le (la) candidat(e) le mentionne sur la carte des vins et précise les conditions de disponibilité. • Les boissons autres que le vins sont présentées en fonction de leur catégorie : bières, cidres, spiritueux, saké, boissons non alcoolisées, thés, etc.
<p align="center">Activité 2 Sélection des fournisseurs et réalisation de l'achat des produits en intégrant les notions de circuit court si possible</p>	<p>C 3 - Sélectionner les fournisseurs locaux, français et internationaux, de vin et autres boissons, pour répondre aux nouvelles tendances de consommation y compris les boissons sans alcool.</p>		<p>Epreuve 3 : Phase 1 : en amont de la négociation, le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définit des objectifs (prix à atteindre, concessions à obtenir...) • Liste ses besoins et les transforme en objectifs à atteindre durant la négociation • Récolte des informations sur le fournisseur avec lequel il va négocier afin d'identifier ses forces et faiblesses • Évalue l'importance stratégique du fournisseur pour mesurer son pouvoir de négociation • Demande des devis à des concurrents afin d'avoir une vision globale du marché • Prépare un argumentaire construit en anticipant plusieurs scenarii en se fondant sur des : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arguments vis-à-vis de son fournisseur ▪ Arguments concernant son entreprise ▪ Arguments liés à des concurrents de son partenaire actuel ▪ Arguments liés au contexte et à la conjoncture du moment • Identifie d'autres leviers de négociation que le prix tels que la baisse des frais d'expédition, des modalités de paiement plus avantageuses (délais), des livraisons accélérées etc.
	<p>C 4 - Négocier la tarification des produits avec les fournisseurs afin d'obtenir le meilleur taux de marge en prenant en compte les prix du marché.</p>		

			<p>Phase 2 : durant la négociation, le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Adopte une posture courtoise ● Utilise une expression verbale claire et adopte un registre de langage adapté à la situation ● Réalise une demande cohérente et réaliste au fournisseur ● Utilise les compromis à bon escient pour entretenir la dynamique « gagnant-gagnant » ● Traite les objections formulées par l’interlocuteur et les contre-argumente si besoin ● Ne se laisse pas déstabiliser par son interlocuteur en puisant dans les arguments préparés en amont pour essayer d’orienter la discussion dans la direction qu’il souhaite ● N’est pas impacté par le fournisseur qui joue sur l’empathie et un registre émotionnel. ● Conclut la vente en la formalisant par un accord écrit ou un devis signé
--	--	--	---

BLOC 2 : GERER LA CAVE ET LE BAR D’UN ETABLISSEMENT D’EXCELLENCE

<p align="center">Activité 3 Stockage des produits dans la cave centrale</p>	<p>C 5 - Réceptionner et contrôler les livraisons pour ranger et stocker les produits dans la cave centrale en favorisant la conservation du vin et des différentes boissons en fonction de leurs propriétés</p>	<p>Mise en situation professionnelle simulée Le (la) candidat(e) réalise la mise en cave des vins sélectionnés au préalable</p>	<p>C 6 - Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Accueille le transporteur et les produits dans de bonnes conditions ● Contrôle la livraison à l’aide du bon de commandes : références, quantités, millésime ● S’assure de la qualité du produit (problème de casse, livraison partielle, température etc) ● Se réfère à son supérieur ou refuse la marchandise en cas d’anomalie ● Signe le bon de livraison (éventuellement avec réserve) <p>C 7 - Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Assure le bon acheminement de la marchandise jusqu’au lieu de stockage ● Ordonne le rangement du vin en conformité de son identité et de son classement par famille ou par région ● Respecte les zones de température selon les boissons (blanc, rouge, rosé, effervescent, alcool, boissons non alcoolisées, bière etc) ● Range les bouteilles avec attention en évitant la casse ou l’endommagement des étiquettes ● Tient compte du mouvement des stocks pour les boissons à roulements rapides (1er entré /1er sorti)
	<p>C 6 - Aménager des espaces dédiés à chaque boisson (vin dont vin sans alcool, bière, sakés, spiritueux, eaux, jus etc) afin d’optimiser leur conservation en respectant les caractéristiques de chacune</p>		

<p style="text-align: center;">Activité 4 Gestion des stocks de vins et différentes boissons (vin, thé, bières, sakés, jus de fruits, café, thé, infusions, boissons non alcoolisées, etc)</p>	<p>C 7 - Inventorier les ventes (physique et valeur) afin de tenir les registres numériques des stocks en procédant à des contrôles réguliers</p> <hr/> <p>C 8 - Exploiter les données de l'inventaire pour répondre, aux exigences comptables et à la politique commerciale de l'entreprise, en procédant à une analyse périodique comparative</p>	<p>Mise en situation professionnelle simulée Le (la) candidate effectue l'inventaire d'une cave avec une cinquantaine de références et en exploite les données.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Met à jour l'étiquetage des casiers et de la cave (Millésime, nouvelle référence...) ● Intègre la marchandise au stock « théorique » (logiciel) <p>C 8 - Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Définit le moment adéquate pour la réalisation de l'inventaire ● Veille à ce que les stocks soient bloqués avant de débiter le comptage ● Organise au préalable le rangement de cave afin de faciliter le comptage ● Vérifie l'étiquetage des casiers et les rangements des caves et frigos ● Choisit la méthode de comptage la plus adaptée à la situation ● Détermine et délimite les zones de comptage ● Utilise le matériel adéquate (support, papier, crayon, ordinateur) ● Maîtrise les outils numériques de gestion ● Procède au comptage et au double comptage ● Enregistre le comptage sur le support proposé (papier ou informatique) <p>C 9 - Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Procède à l'analyse des résultats de l'inventaire ● Identifie et corrige les erreurs éventuelles ● Cible les écarts entre les produits facturés et les sorties physiques ● Dresse les conclusions et propose des solutions d'amélioration ● Identifie d'éventuels réassorts pour éviter les ruptures
<p style="text-align: center;">Activité 5 Organisation et approvisionnement des différents points de vente, cave du jour, bar de l'établissement d'excellence</p>	<p>C 9 - Organiser les différents lieux de stockage en fonction des spécificités des points de vente de l'établissement pour optimiser la qualité de vente et du service</p> <hr/> <p>C 10 - Evaluer les besoins en vin, matériel et diverses boissons, des différents lieux de stockage pour assurer un approvisionnement optimal régulier</p> <hr/> <p>C 11- Traiter les déchets en respectant la réglementation en vigueur pour le tri sélectif des déchets afin de réduire l'impact environnemental</p>	<p>Mise en situation professionnelle simulée Le(la) candidat(e) organise les stockages et évalue les besoins nécessaires au fonctionnement de l'établissement.</p>	<p>Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifie les possibles points de vente "physiques" de l'établissement ● Maîtrise la stratégie et les prestations de service de l'établissement ● Détermine les emplacements stratégiques liés au service du vin (cave, frigo, office) ● Réalise un inventaire du matériel de service mis à disposition ● Évalue les besoins en matériels techniques (frigo, verrerie, glace) et en boissons pour chaque point de vente ● Propose un choix de répartition, d'une part, à son responsable et, d'autre part, à son équipe ● Met en place la stratégie d'organisation validée au préalable par le responsable ● Procède à la répartition du matériel de service et des boissons dans les différents lieux de service ● Anticipe l'organisation en fonction des besoins

			<ul style="list-style-type: none"> ● Respecte les procédures inhérentes à la réglementation en vigueur pour le tri sélectif
BLOC 3 : CONSEILLER ET SERVIR UNE CLIENTÈLE INTERNATIONALE DANS UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE			
<p style="text-align: center;">Activité 6 Conseil auprès d'une clientèle française et étrangère lors de la prise de commande, dans un établissement d'excellence</p>	C 12 - Recueillir les besoins des clients français et étrangers en procédant à une analyse personnalisée afin de conseiller un vin et/ou autres boissons appropriés et un accord mets-vins/autres boissons adapté	<p>Mise en situation professionnelle simulée Le (la) candidat(e) conseille et sert une clientèle internationale, en français et en anglais.</p>	<p>Le (la) candidat(e) respecte chronologiquement les 5 étapes de conseil et de prise de commande :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etape 1 : Ecoute active et analyse des besoins et/ou des demandes de la clientèle ● Etape 2 : Proposition pertinente des accords mets et vins/autres boissons (y compris sans alcool) en tenant compte du contexte : adéquation des caractéristiques des mets et du vin suggéré (couleur, arômes, saveur, texture, longueur en bouche, équilibre général, bio si demandé) ou autres boissons ● Etape 3 : Capacité d'adaptation en fonction des préférences du client ● Etape 4 : Reformulation et validation des choix du client ● Etape 5 : Prise de congé <p>Le (la) candidat(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● adopte une posture professionnelle ● communique oralement de manière fluide en anglais et en français ● maîtrise les termes techniques de la sommellerie en français et en anglais <p>Le (la) candidat(e) procède au conditionnement des boissons en respectant les règles de service de l'établissement d'excellence :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● L'organisation du poste de travail est effectuée en fonction de l'établissement ● Le matériel et la verrerie sont utilisés à bon escient ● Les températures et le passage éventuel en carafe, sont adaptés en fonction des types de vin et autres boissons, servis et de la localisation de l'établissement <p>Le (la) candidat(e) procède au service des boissons en :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● s'adaptant aux us et coutumes des établissements d'excellence ● ayant recours à la langue de la clientèle ● respectant les règles de la présentation des vins et autres boissons : nom de la cuvée, de l'appellation, du producteur et du millésime. ● ouvrant la bouteille avec la méthode adéquate
	C 13 – Proposer une offre répondant aux tendances de consommation actuelles (vin dont vin sans alcool, bière, sakés, spiritueux, eaux, jus etc) afin d'augmenter les ventes de l'établissement en mettant en avant les qualités organoleptiques.		
	C 14 - Conseiller et réaliser des accords mets et vins / boissons, en tenant compte des nouvelles tendances de consommation afin d'orienter l'achat du client et de se différencier de la concurrence		
	C15 - Prendre les commandes des clients, en utilisant les outils numériques (téléphone portable, tablettes, etc), pour assurer une coordination optimale entre les différents services		
<p style="text-align: center;">Activité 7 Mise en place d'un service de sommellerie dans un établissement d'excellence auprès d'une clientèle française et internationale</p>	C 16 – Procéder au conditionnement des boissons en respectant les règles de service (verrerie, température, carafe, ...)		
	C 17 – Servir les boissons en tenant compte des usages du lieu de l'établissement, pour répondre aux attentes spécifiques d'une clientèle internationale		

			<ul style="list-style-type: none"> ● respectant les règles de préséance : service par la droite, sens des aiguilles de montre, verse adaptée en fonction du contexte ● adoptant la posture la plus en phase avec les attentes du client (discrétion, soutien, disponibilité).
BLOC 4 : ASSURER L'ANIMATION COMMERCIALE POUR FIDELISER UNE CLIENTELE INTERNATIONALE DANS UN ÉTABLISSEMENT D'EXCELLENCE			
<p style="text-align: center;">Activité 8 Réalisation et diffusion de supports promotionnels en français et en anglais pour un établissement d'excellence</p>	<p>C 18 - Créer des contenus innovants adaptés à la clientèle de l'établissement, en utilisant les outils numériques, afin de répondre à la dynamique commerciale et marketing de l'entreprise.</p> <p>C 19 – Mettre en œuvre des actions de communication en appréhendant les spécificités des différents canaux de communication, pour atteindre la cible commerciale préalablement définie (consommateurs/prospects/clients)</p>	<p>Dossier professionnel</p> <p>Partie 1 : rédaction d'un dossier d'animation commerciale avec la création de supports.</p> <p>Partie 2 : soutenance orale (20 mn).</p>	<p>Le (la) candidat (e) réalise un support promotionnel en respectant le cahier des charges (cible, objectifs, thématique, positionnement du produit, moyens de communication, budget), énoncé par l'établissement d'excellence.</p> <p>Le support promotionnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● démontre que les attentes et besoins de la clientèle internationale ont été analysés et sont en phase avec les objectifs de l'établissement d'excellence ● est en adéquation avec le produit et l'événement. ● transmet un message adapté qui attire l'attention de la cible visée ● énonce clairement le message central et les informations importantes ● se démarque par sa créativité, grâce à laquelle il capte l'attention du public et se distingue de la concurrence ● est attrayant et en adéquation avec l'image de marque de l'établissement d'excellence (graphismes, images, couleurs, mise en page)
<p style="text-align: center;">Activité 9 Optimisation de la stratégie de croissance d'un établissement d'excellence.</p>	<p>C 20- Animer une action commerciale en dynamisant les ventes afin de renforcer l'attractivité et la renommée de l'établissement d'excellence.</p> <p>C 21 – Dresser un bilan de l'action commerciale en identifiant les points forts et les axes d'amélioration collectifs et individuels, pour s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.</p>		<p>Le (la) candidate (e) met en place des actions de communication et de commercialisation adaptées en fonction des opportunités identifiées :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Le choix des outils numériques est pertinent en fonction du projet. ● Le choix des différents canaux de communication (mails, réseaux sociaux, etc) est judicieux par rapport à la cible. <p>Le (la) candidat (e) met en œuvre l'action commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Il respecte l'ensemble des étapes définies dans le cahier des charges ● Il assure la qualité de service à la clientèle ● Il met en place un espace commercial attractif et fonctionnel pour les clients et les équipes ● Il dynamise l'offre de produit

			<p>Le (la) candidat(e) réalise le bilan de son action commerciale en mettant en valeur les indicateurs de performance clés (KPI) suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">● Développement des ventes et de l'activité● Développement de la notoriété et de la e-réputation● Efficacité de l'organisation aux regards des contraintes financières, humaines et logistiques.● Pertinence du choix de l'action commerciale● Satisfaction client (taux de satisfaction client, taux de fidélisation et de commentaires positifs).
--	--	--	---

La validation de la certification est conditionnée par l'acquisition de l'ensemble des blocs de compétences composant la certification et la rédaction et la soutenance orale d'un rapport professionnel.