

## REFERENTIELS ZYTHOLOGUE

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

*Le zythologue est un connaisseur de la bière et de sa dégustation ; comme un [sommelier](#), il est capable de déguster, sélectionner, conseiller, vendre de la bière. Et comme un [œnologue](#), il maîtrise les étapes chimique et biochimique des processus de fabrication. Cependant, à la différence de l'œnologue qui intervient sur l'ensemble du processus de fabrication du vin, le zythologue lui intervient uniquement sur le processus final, l'étape du brassage de la bière.*

*Il se doit de bien connaître les différents types de bières, de pouvoir expliquer les aspects liés à la production, aux techniques de fermentation, etc. pour conseiller ses clients. Il intervient dans le processus final de la fabrication : le brassage. Il oriente le choix des styles de bières (IPA, Stout, Weizen, ...) de la gamme.*

*Il intervient dans l'ensemble du processus de commercialisation, de la sélection des bouteilles à référencer dans un point de vente, à la gestion des encaissements des clients et des fournisseurs en passant par l'agencement d'un magasin et la mise en œuvre de plans de communication/promotion pour piloter la vente de ses produits. Il peut également travailler pour un producteur pour lequel il devra définir des schémas de distribution, fixer des prix de vente en fonction de sa connaissance des marchés et gérer ses stocks. Aussi appelé technico-commercial en bière, le zythologue à la possibilité d'exercer pour différentes structures telles que des brasseurs ou producteurs de bières, des cavistes spécialisés en bières, des bars à bières, des groupements d'intérêt commercial, des groupements de producteurs ou encore des restaurants. En permanence en contact avec des clients, le zythologue possède un excellent relationnel et maîtrise les techniques de négociation pour acheter et pour vendre les produits dont il est responsable. Le terrain et les déplacements font aussi partie de l'activité du zythologue qui est amené à rencontrer différents producteurs, négociants ou distributeurs pour commercialiser ses produits. Le zythologue est notamment capable de reconnaître les arômes présents dans la bière, il sait accompagner une bière avec n'importe quel type de mets et sait également animer une dégustation.*

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Activités et tâches	Compétences associées aux activités et aux tâches	Compétences certifiées	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation	
Analyser des marchés de la bière, prospecter, s'informer, analyser l'évolution et les tendances du marché brassicole					
C1–L'étude de marchés des bières  Connaissances de sites de production et des producteurs  Etude de caractéristiques des pays ou zones géographiques brassicoles  Analyse des tendances du commerce de la bière  Suivi et veille des évolutions des réglementations liées à la commercialisation de bière  C2 - La connaissances des techniques brassicoles :	<p><i>Le Zythologue est un expert des marchés de la bière et des différents styles de bière en France ainsi qu'à l'étranger. Son rôle est d'identifier des tendances et de trouver par la suite des produits susceptibles d'être commercialisés. Pour garantir des opérations commerciales, le zythologue doit connaître les caractéristiques des bières et des procédés de fabrication. Ces tâches de prospection et de veille conduisent le zythologue à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser des outils de recherche sur Internet (moteur de recherche, annuaires en lignes, sites spécialisés, réseaux sociaux, sites de fournisseurs, etc.) pour réaliser des études de marchés et des veilles de concurrents</li> <li>- Développer un réseau de partenaires pour obtenir des informations sur de nouveaux</li> </ul>	<p><b>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser des outils de recherches (moteurs de recherches, annuaires en lignes, sites spécialisés et de fournisseurs, etc.) afin de faciliter la prospection d'informations sur les marchés des bières</li> <li>- A partir d'informations sur les caractéristiques des bières (goût, degré d'alcool, texture en bouche, etc.), évaluer la qualité et de la promouvoir auprès de prospects ou d'acheteurs potentiels</li> <li>- En se basant sur des résultats de ventes, définir l'état du</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Evaluation n°1</b> <b>Etude d'un marché et de bières</b></p> <p><i>Cet examen doit permettre aux futurs zythologue d'illustrer leur capacité d'étude d'un marché, de ses acteurs et des produits.</i></p> <p><i>A partir d'un énoncé décrivant une zone géographique, les étudiants ont un délai estimé par leur enseignant pour effectuer les travaux suivants :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherche sur Internet d'informations concernant le périmètre géographique brassicole donné</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Critère de certification lié à l'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'étude doit être réalisée dans le temps imparti</li> <li>- Le rendu de l'étude s'effectue sous format numérique</li> <li>- La zone géographique est respectée</li> <li>- Le marché des bières dans le périmètre géographique donné est analysé</li> <li>- Les tendances des marchés locaux et internationaux sont analysées</li> </ul>	

<p>Toutes les étapes de la fabrication de la bière</p> <p>Le maltage, le concassage et l'empattage</p> <p>Le brassage et la fermentation</p> <p>La maturation, la filtration et le conditionnement</p> <p>C3–La connaissance des produits brassicoles</p> <p>Techniques de dégustation de la bière</p> <p>Comparaison des différents styles de bières et identification des caractéristiques</p> <p>Accords Mets et Bières</p>	<p>produits de qualité régionaux et/ou internationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rencontrer des producteurs et analyser la qualité de leur production ainsi que le potentiel commercial</li> <li>– Maîtriser la communication verbale et les techniques de négociation pour assurer les interactions avec des producteurs et fournisseurs de bières.</li> <li>– Planifier des tournées de visites de producteurs</li> <li>– Déguster des bières dans le but de les commercialiser</li> <li>– Déterminer des caractéristiques (goût, texture en bouche, etc.) de bières lors de dégustations pour identifier un possible intérêt commercial</li> <li>– Etudier l'état du marché dans une région afin d'évaluer des possibilités de vente de productions de vins</li> <li>– Analyser des tendances et des critères que recherchent des acheteurs pour repérer des bières à mettre en avant</li> <li>– Rechercher et recenser des nouvelles bières de qualité afin de les proposer aux prospects déjà contactés</li> </ul>	<p>marché dans un secteur géographique et identifier des tendances concernant les produits vendus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– En fonction des caractéristiques et des données du marché, estimer des potentiels de commercialisation de bières afin de négocier avec des fournisseurs</li> <li>– Déterminer des profils types de produits adaptés à des marchés en illustrant des critères clés permettant de garantir des ventes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Recensement des producteurs, fournisseurs et produits de la région concernée via des sites spécialisés</i></li> <li>- <i>Définition de caractéristiques de bières</i></li> <li>- <i>En fonction d'informations sur les localisations des implantations, identification des caractéristiques des produits</i></li> <li>- <i>Analyse de tendances de marchés des bières</i></li> </ul> <p><i>Ce rapport illustre toutes les démarches et méthodologies utilisées pour la réalisation de l'étude de marché. Une synthèse à la fin du rapport reprend tous les éléments importants de cette étude.</i></p> <p><i>-Epreuve sur table de fabrication de la bière</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Les différentes étapes de fabrication de la bière</i></li> <li>• <i>Le maltage</i></li> <li>• <i>Le concassage</i></li> <li>• <i>L'empattage</i></li> <li>• <i>Les brassages particuliers</i></li> <li>• <i>Les techniques de fermentation</i></li> <li>• <i>La maturation</i></li> <li>• <i>La filtration et le conditionnement</i></li> </ul> <p><i>Epreuve Orale Technique de dégustation de la bière :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Analyse sensorielle</i></li> <li>• <i>Commentaire de dégustation</i></li> <li>• <i>Caractérisation commerciale d'une bière</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Les évolutions de valeurs de types de bières sont analysées et commentées</li> <li>– Les potentiels des différents marchés sont analysés et évalués</li> <li>– La conclusion reprend tous les points majeurs de l'étude</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La connaissance de la matière première</li> <li>• Décrire un processus de fabrication</li> <li>• Les interventions pendant le brassage et la fermentation</li> <li>• Connaître les techniques de maturation de la bière</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étapes de la dégustation</li> <li>• La détermination des arômes</li> <li>• Les styles de bière</li> <li>• Les accords mets et bière</li> <li>• Les critères de vente</li> </ul>
--	---	---	---	--

Gérer un point de vente spécialisé bière				
<p><b>C1–La sélection de produits à commercialiser</b></p> <p>Identification des produits à mettre en vente</p> <p>Gestion des stocks, Réception et contrôle des livraisons des producteurs et fournisseurs</p> <p>Etude de profils de clients et des intérêts potentiels pour des types de bières</p> <p><b>C2–L’agencement de point de vente, l’accueil de clients et l’animation de rayons</b></p> <p>Définition de l’aménagement du point de vente et la mise en valeur des produits</p> <p>Accueil, animation et conseil d’achats de clients</p> <p>Conception des assortiments et de coffrets autour du vin et des spiritueux</p> <p>Organisation de dégustations et de découvertes de nouveaux produits</p> <p>Gestions des commandes et réservations des clients</p>	<p><i>En fonction de l’entité dans laquelle il évolue, le zythologue gère différemment les produits et stocks de sa structure. Toutefois la rentabilité commerciale reste l’objectif du conseiller commercial. En période et des saisons, les ventes d’alcool sont plus ou moins importantes.</i></p> <p><i>Pour la gestion du point de vente, le zythologue doit être capable de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sélectionner des bières pour son catalogue en fonction de sa clientèle et du positionnement de son point de vente</li> <li>– Déterminer des profils cibles de clients de points de vente</li> <li>– Prévoir et mettre en œuvre des aménagements pour assurer la visibilité et accroître les ventes de certains produits</li> <li>– Gérer les commandes et les stocks</li> <li>– Contrôler et vérifier les livraisons des fournisseurs</li> <li>– Concevoir des assortiments de bières pour accroître la rentabilité de son activité</li> </ul> <p><i>Pour l’animation du point de vente :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Accueillir des clients et être capable de s’exprimer en anglais</li> <li>– Présenter des bières en fonction des styles, du choix des matières premières, des méthodes utilisées pour le brassage, etc.</li> <li>– Programmer des animations, des évènements, des sessions de découverte et de dégustations pour attirer de nouveaux prospects</li> <li>– Gérer les encaissements de produits vendus</li> </ul>	<p><b>L’évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– A partir d’un catalogue de produits, déterminer les caractéristiques de chaque bière</li> <li>– Composer des rayonnages de points en vente en fonction de complémentarité de bières, d’intérêts de produits, du positionnement souhaité d’une boutique</li> <li>– En se basant sur des tendances de produits, envisager et prévoir des actions d’aménagement du point de vente afin de mettre en avant les bières à vendre en priorité</li> <li>– Accueillir, animer et conseiller des produits aux clients et prospects pour faciliter des ventes</li> <li>– Maîtriser la langue anglaise et le vocabulaire brassicole pour répondre aux sollicitations de clients étrangers</li> <li>– Afin d’argumenter l’intérêt d’achat, mettre en avant les qualités et l’intérêt des bières pour des clients potentiels</li> <li>– A partir d’actions de communication, organiser des portes ouvertes pour faire découvrir et déguster des bières</li> </ul>	<p><b>Evaluation n°2</b> <b>Examen oral et écrit</b></p> <p><b>Agencement d’un point de vente et jeu de rôle "conseil/vente produits"</b></p> <p><i>A partir d’un énoncé évoquant des tendances du marché autour des ventes de bières, l’étudiant doit rédiger un plan d’aménagement et de disposition des produits présents dans son catalogue.</i></p> <p><i>Le futur zythologue a un délai donné par l’enseignant pour la partie écrite. Il doit rédiger un document illustrant :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Sélection des produits à mettre en vitrine et ceux en arrière-plan</i></li> <li>- <i>Définition de la répartition des produits entre le magasin et le stock</i></li> <li>- <i>Détermination de l’agencement du point de vente</i></li> <li>- <i>Politique d’affichage des prix</i></li> <li>- <i>Définition d’un parcours clients dans le point de vente</i></li> </ul> <p><i>Cet examen théorique doit être rendu sous format papier et doit contenir les propositions et argumentations de l’étudiant.</i></p> <p><i>Dans un deuxième temps, le futur zythologue doit se confronter oralement à de potentiels clients afin de les conseiller sur certains produits et d’animer son point de vente. Cet examen durera minimum 20 minutes pour pouvoir identifier les connaissances de l’étudiant au sujet des différentes bières. Une partie des échanges devra s’effectuer en anglais.</i></p>	<p><b>Critère de certification lié à l’évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Les choix retenus pour la sélection des bières sont explicités</li> <li>– Le projet d’agencement du point de vente comporte des propositions et conseils cohérents</li> <li>– Les conseils apportés aux clients repose sur une connaissance véritables des différents style de bières recherchées par les clients</li> <li>– La connaissance des différents produits, etc.</li> <li>– La maîtrise de la langue anglaise et des termes techniques associés</li> <li>– L’agencement et la disposition des produits qui ont été imaginés sont en phase avec le parcours client défini</li> <li>– La répartition des produits entre le magasin et le stock est gérée correctement</li> </ul>

Négocier auprès de fournisseur et assurer l'approvisionnement en bières				
<p><b>C1–La sélection de produits auprès de fournisseurs</b></p> <p>Recherche de bière pour alimenter des points de ventes</p> <p>Visites de producteurs et contrôle de qualités de productions</p> <p>Estimation du prix de vente possible de bouteille et contrôle des niveaux de marges possibles sur des produits</p> <p>Estimation de quantités d'achats de bière</p> <p><b>C2–La négociation d'achats de vins auprès de négociants et/ou de producteurs</b></p> <p>Conduite de négociations auprès des producteurs et fournisseurs</p> <p>Vérification des conditions d'achat/vente en fonction des réglementations en vigueur</p> <p>Rédaction et signature des accords d'approvisionnement avec des fournisseurs</p> <p>Elaboration et suivi des commandes passées</p>	<p><i>La gestion des achats auprès des fournisseurs restent très importants pour le zythologue. Que ce soit directement avec des producteurs, des brasseurs ou des revendeurs de boissons alcoolisées, l'objectif du zythologue est d'aboutir à des transactions financières avantageuses pour garantir une marge commerciale à la revente. Pour effectuer ces achats, le zythologue doit être capable de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechercher des producteurs et ou des négociants de bière</li> <li>- Contrôler des qualités de produits en fonction des années</li> <li>- Définir des besoins de commandes de style de bière pour des rayons et ou des points de vente</li> <li>- Identifier des bières correspondantes aux demandes des clients</li> <li>- Gérer un agenda et planifier des commandes d'approvisionnement pour la garantie d'avoir un stock minimum</li> <li>- Négocier des prix d'achats afin de pouvoir proposer aux clients des produits moins chers</li> <li>- Valider des devis pour garantir des approvisionnements</li> <li>- Accompagner la rédaction ou rédiger des accords-cadres avec des fournisseurs importants afin d'assurer d'être approvisionné pendant une période donnée</li> <li>- Gérer et demander les paiements des factures fournisseurs</li> <li>- Conclure des collaborations avec des producteurs et ou des négociants</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer une sélection de bières correspondantes aux profils des clients auprès d'établissements fournisseurs</li> <li>- Rechercher des producteurs et des négociants pour différents styles de bière</li> <li>- Identifier des tarifs d'achats de types de bouteilles</li> <li>- Estimer des possibilités et des marges de négociations possibles sur des bouteilles</li> <li>- Sélectionner des producteurs en fonction du positionnement souhaité du point de vente et des types de bouteilles recherchés</li> <li>- En se basant sur le marché et le pouvoir d'achat des clients, déterminer des prix d'achats et de ventes des bières pour garantir un taux de marge donné</li> <li>- Estimer des besoins en stock, déterminer et prévoir de nouvelles commandes de produits pour anticiper des fins de stocks</li> <li>- En se basant sur des estimations d'activités commerciales, valider des devis afin d'officialiser des besoins d'approvisionnement</li> </ul>	<p><b>Evaluation n°3</b></p> <p><b>Gestion des achats pour un point de vente</b></p> <p><i>-Epreuve sur table -</i></p> <p><i>Cette épreuve doit permettre aux futurs zythologue d'illustrer leurs connaissances et capacités à gérer des achats auprès de fournisseurs. A partir d'informations caractérisant des style de bières et des intérêts de clients, les étudiants doivent rédiger et détailler des processus d'approvisionnements, ainsi que répondre à des questions en argumentant leurs propos. Ils doivent faire référence à leur culture brassicole</i></p>	<p><b>Critère de certification lié à l'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les bières sélectionnées sont justifiées et les possibilités d'acquisition des bières présentées</li> <li>- Les étapes liées au contrôle de la bière avant de confirmer des achats sont précisées</li> <li>- Les prix d'achats et de revente sont présentés à l'appui de calcul intégrant les coûts de structures et les marges souhaitées</li> <li>- Les volumes d'achats de styles de bière sont justifiés en fonction des potentiels de revente</li> <li>- Les besoins et les intérêts de stocks sur des types de bouteilles sont expliqués</li> </ul>

Gérer la communication et le marketing d'un point de vente - Fidéliser la clientèle				
<b>C1–La fidélisation de clients d'un point de vente</b>	<i>En complément des aspects techniques (dégustation, vente et négociation) de son profil, le zythologue doit présenter des compétences pour pouvoir gérer des relations – en physique et à distance - par l'intermédiaire de supports marketing et promotionnels en utilisant également les nouvelles technologies.</i>	<b>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</b>	<b>Evaluation n°4</b>	<b>Critère de certification lié à l'évaluation :</b>
Elaboration et la gestion d'une base de données de clients	<i>Pour garantir ces activités liées à la promotion, la communication, le marketing, le zythologue doit être capable de :</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A partir d'informations récoltées sur des produits et des clients, analyser et exploiter des bases de données pour connaître les clients et leurs habitudes d'achat</li> <li>- Analyser des taux de fidélisation de clients, identifier des possibilités d'amélioration de la fidélité de clients</li> <li>- En fonction des informations à communiquer, concevoir un plan de communication digitale pour promouvoir des bières</li> <li>- Intégrer l'utilisation de technologies de l'information et de communication (courriels, newsletter, site internet, réseaux sociaux, applications mobiles) dans le but d'accroître leur visibilité et attirer de nouveaux clients</li> <li>- En se basant sur l'étude de consommateurs, mettre en place et gérer un planning d'actions de communication et de sollicitations commerciales</li> <li>- Détailler et justifier des contenus et des actions de plans de communication</li> </ul>	<b>Présentation d'un plan de communication et de fidélisation de clients</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les données disponibles sont correctement traitées et analysées</li> <li>- La phase d'analyse permet d'extraire les objectifs prioritaires du plan de communication à établir</li> <li>- Le plan de communication élaboré intègre des actions de promotion sur le lieu de vente et des actions de communication digitales</li> <li>- Les objectifs des différentes actions et opérations sont détaillés</li> <li>- Le planning proposé est correctement justifié</li> <li>- Les supports de présentation (Powerpoint) sont clairs et professionnels</li> </ul>
Fidélisation de la relation avec des clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Constituer des bases de données de clients et de partenaires pour rassembler et stocker des informations primaires et secondaires sur ses clients</li> <li>- Concevoir des campagnes de promotion du produit bière (newsletter, présentation sur des sites Internet, etc.) pour accroître leur visibilité</li> <li>- Programmer des événements promotionnels autour de la bière</li> <li>- Rédiger des courriels commerciaux afin d'annoncer des promotions et réductions aux clients</li> <li>- Réaliser des documents de communication tels que des flyers, prospectus numérisés pour accompagner les courriels commerciaux destinés aux clients</li> <li>- Gérer un planning de suivi clientèle comprenant des relances et sollicitations commerciales à effectuer d'une manière digitale</li> <li>- Fidéliser des clients en assurant une écoute et une disponibilité pour répondre à toutes sollicitations (courriels, réseaux sociaux, téléphone)</li> </ul>		<i>Les étudiants sont chargés d'élaborer un plan de communication intégrant le digital pour la présenter des offres de bières. A partir de l'énoncé, un planning de sollicitations commerciales doit être défini en fonction des habitudes des consommateurs.</i> <i>Le travail doit présenter des contenus de communication en utilisant les supports suivants : PLV, affiches, flyers, courriels électroniques (emailing), newsletters et stratégie d'utilisation des réseaux sociaux.</i>	
<b>C2–La mise en place et la gestion d'opération marketing et de communication</b>			Mise en place d'actions commerciales et marketing et mise en avant de produits	

 Documents à tenir à disposition de l'instructeur

Grilles d'évaluation, procès verbaux, feuilles d'émargement, comptes-rendus des délibérations des jury