

**REFERENTIEL**

***Intitulé de la certification***

Conseiller et promouvoir des vins - EVS

***Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif de formation visant la certification est initié :***

La certification s'adresse à des professionnels en charge de la commercialisation d'une offre de vins, et qui souhaitent valider les compétences leur permettant de dynamiser la vente et la consommation par la proposition d'un accompagnement au plus proche des attentes des clients.

La certification vise principalement deux grands secteurs d'activité :

- l'hôtellerie-restauration : chefs de rang & serveurs en restaurants bistrots<sup>1</sup>, maitres d'hôtels, assistants maître d'hôtel, responsables de salle, traiteurs/responsables des banquets, responsables de restauration, commis & assistants sommelier

- la distribution : vendeurs en vins, assistants caviste, vendeurs en épicerie fine, en magasin de détail, animateur de vente de vins.

Elle vise aussi, de façon transverse les professionnels du marketing, de la communication, de l'événementiel, et les commerciaux dans le secteur des vins et spiritueux.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p><b>M1. Questionnaire à visée professionnelle (C1, C2)</b>                      En salle d'examen, le candidat complète un questionnaire de 30 questions à choix multiple, permettant d'évaluer sa capacité à mobiliser en contexte professionnel ses connaissances des cépages, des indications géographiques, des modes d'élaboration et des certifications environnementales.</p>	

<sup>1</sup> Bistronomique est un mot récent formé des termes bistrot et gastronomique. Bistronomique est un adjectif qui qualifie donc tout bar ou débit de boisson qui propose des plats de grande qualité culinaire.  
 Source : <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/bistronomique/>

<p><b>C1. – Caractériser les styles de vins d’une offre existante, en décrivant leurs spécificités ampélographiques (cépages), leurs indications géographiques, leurs modes d’élaboration et leurs certifications environnementales<sup>2</sup>, afin de renseigner précisément le client sur cette offre.</b></p>	<p>Les situations professionnelles sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La présentation d’un panel de différents types de vins représentatifs du marché à un client</li> <li>- La réponse à des demandes précises sur des certifications environnementales</li> </ul>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identifie les caractéristiques de cépage, terroir, savoir-faire, indication géographique, des vins à présenter</li> <li>- explicite les différents labels (bio, biodynamie, HVE) ainsi que les divers termes sur l’étiquette d’un vin.</li> </ul>
<p><b>C2. – Conseiller des accords mets et vins en respectant les équilibres aromatiques et gustatifs, la tradition culinaire française, et en tenant compte des tendances de consommation, de l’occasion, des goûts du client, de son budget, afin de guider l’achat.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La sélection de vins en adéquation avec une demande client (goût et accords mets et vins)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sélectionne des vins en fonction des plats, des saisons, des goûts des clients, des moments de consommation</li> <li>- détermine les besoins des clients et choisit les vins pertinents, en adéquation avec ses goûts (sucré, sec, fruité, boisé, épicé, floral), les plats consommés et dans le budget conseillé.</li> </ul>
<p><b>C3. – Décrire les spécificités sensorielles d’un vin, en procédant à une dégustation descriptive consistant à qualifier avec méthode et selon une terminologie professionnelle sa couleur, ses arômes, et son goût, afin de faire émerger sa typicité et ses qualités objectives lors d’une vente ou d’une animation.</b></p>	<p><b>M2. Mise en situation professionnelle simulée</b> En salle d’examen, le candidat procède, à l’aveugle, à une dégustation de 2 vins tranquilles de styles différents (un blanc et un rouge) et complète une note de dégustation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les spécificités sensorielles des vins sont correctement identifiées (une fiche de dégustation d’une dizaine de critères est complétée)</li> <li>- Le choix final du cépage principal est conforme aux différents critères sensoriels attendus, retrouvés par le candidat</li> </ul>
<p><b>C4. – Promouvoir des vins à travers des dégustations, selon une thématique (région, appellation, domaine, actualité, millésime...) et un ordre définis, en commentant la dégustation et en respectant des conditions de service optimales afin de mettre en valeur les produits et générer l’achat.</b></p>	<p><b>M3. Cas pratique</b> Une liste de six vins est imposée au candidat chargé de concevoir une dégustation. Il propose et justifie l’ordre de présentation des vins, les conditions matérielles d’organisation de la dégustation et préconise les conditions idéales de conservation et de service aux clients.</p>	<p>La proposition du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- classe les vins selon l’ordre de dégustation envisagé</li> <li>- justifie la chronologie du service des vins (ex : du moins tannique au plus tannique, du plus simple au plus complexe, les blancs avant les rouges, etc)</li> <li>- précise et justifie, pour chaque vin, des conditions de service valorisant les arômes et les textures (choix des verres, carafage, mise en température)</li> <li>- identifie correctement la période idéale de consommation (apogée des arômes et de la texture des vins)</li> </ul>

<sup>2</sup> Bio, biodynamique, méthode nature, HVE