

## **TABLEAU DE DETAIL DES ACTIVITES**

### **FONCTION 1**

### **ACHAT, APPROVISIONNEMENT**

#### **TACHES :**

- Tâche 1 :** Déterminer les besoins
- Tâche 2 :** Sélectionner et choisir les fournisseurs
- Tâche 3 :** Participer à l'achat des produits
- Tâche 4 :** Stocker les produits

### **CONDITIONS D'EXERCICE**

#### **Moyens et ressources**

- a) Analyse des ventes et des besoins prévisionnels
- b) Etat des stocks
- c) Prévision d'activité
- d) Possibilité de stockage : quantitatif et qualitatif
- e) Budget et politique d'achats
- f) Liste de fournisseurs référencés (fichier informatique)
- g) Travail de recherche personnel (visites de vignobles, salons spécialisés...)
- h) Eventuellement comité de dégustation

#### **Autonomie, responsabilité**

Autonomie de gestion totale ou partielle des budgets alloués selon la politique d'achat.  
Responsabilité totale dans le suivi et le contrôle des achats.

#### **Résultats attendus**

Sélection de produits de qualité, adaptés aux désirs de la clientèle.  
Valorisation de la cave (progression constante dans la diversité, la qualité, l'originalité)  
dans le but de satisfaire les clients.

## **TABLEAU DE DETAIL DES ACTIVITES**

### **FONCTION 2**

### **COMMERCIALISATION : CONSEIL, VENTE ET SERVICE AUPRES DE LA CLIENTELE**

#### **TACHES :**

**Tâche 1 :** Etudier et mettre à jour les supports

**Tâche 2 :** Conseiller le client sur le choix des boissons et déterminer ses besoins

**Tâche 3 :** Prendre la commande

**Tâche 4 :** Préparer et assurer dans les règles le service des boissons.

### **CONDITIONS D'EXERCICE**

#### **Moyens et ressources**

- a) Supports de vente, cartes des mets, cartes des boissons
- b) Bon de commande des mets
- c) Equipements et matériels permettant la mise en valeur des produits.

#### **Autonomie , responsabilité**

Autonomie complète pour informer, renseigner le client, créer une relation de confiance.

Responsabilité du service des boissons en liaison avec les autres secteurs d'activité de l'établissement.

#### **Résultats attendus**

Adéquation de la prestation avec les attentes de la clientèle sur un plan qualitatif :

- Efficacité
- Harmonisation et suivi du service
- Optimisation des ventes

## **TABLEAU DE DETAIL DES ACTIVITES**

### **FONCTION 3**

## **CONTROLE, GESTION, ANIMATION**

### **TACHES :**

**Tâche 1 :** Réceptionner, contrôler les livraisons

**Tâche 2 :** Analyser les ventes (écarts, statistiques)

**Tâche 3 :** Mettre en place une procédure de contrôle des stocks (quantitatif, qualitatif)

**Tâche 4 :** Animer et former une équipe

### **CONDITIONS D'EXERCICE**

#### **Moyens et ressources**

- a) Documents commerciaux et fiscaux
- b) Matériel d'enregistrement et de traitement des données (manuel, électronique, informatique)
- c) Inventaire physique des stocks
- d) Fiche de poste
- e) Texte réglementaire en vigueur (Horaire, hygiène, sécurité)
- f) Formation permanente interne et externe

#### **Autonomie, responsabilité**

En complète autonomie pour l'animation de son équipe et en étroite relation avec sa hiérarchie pour la gestion de la cave.

#### **Résultats attendus**

Optimisation de la politique commerciale de l'entreprise.  
Respect du budget prévisionnel en collaboration avec la direction.  
Climat de travail favorable en accord avec la déontologie professionnelle.

REFERENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

REFERENTIEL DE CERTIFICATION

**CHAMP D'INTERVENTION**  
 Conseils et commercialisation  
 Achat, approvisionnement  
 Mise en place  
 Relation avec la clientèle

**COMPÉTENCE GLOBALE**  
 Le titulaire du B.P.Sommelier doit être capable après analyse des besoins:  
 de conseiller, de vendre les boissons, d'en assurer le service, de gérer les différents points de distribution et d'animer son équipe dans le souci permanent de satisfaire la clientèle et de respecter les objectifs.

TACHES PRINCIPALES

CAPACITÉS ET COMPÉTENCES TERMINALES

ACHAT, APPROVISIONNEMENT

COMMERCIALISATION : CONSEIL, VENTE ET SERVICE AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE

CONTRÔLE - GESTION - ANIMATION

ORGANISER

- |    |   |   |
|----|---|---|
| C1 | 1 | Déterminer les besoins en personnel                   |
|    | 2 | Prévoir les matériels                                 |
|    | 3 | Participer aux achats                                 |
|    | 4 | Concevoir la carte des vins et autres boissons        |
|    | 5 | Assurer l'organisation de la cave centrale et du jour |
|    | 6 | Répartir les tâches                                   |

GÉRER ET CONTRÔLER

- |    |   |   |
|----|---|---|
| C2 | 1 | Choisir les boissons et faire les propositions d'achat    |
|    | 2 | Réceptionner et contrôler les livraisons                  |
|    | 3 | Optimiser la sélection et assurer la promotion des ventes |
|    | 4 | Analyser les ventes                                       |
|    | 5 | Contrôler et inventorier les stocks                       |

RÉALISER

- |    |   |   |
|----|---|---|
| C3 | 1 | Déguster les boissons                                       |
|    | 2 | Actualiser les cartes des boissons                          |
|    | 3 | Effectuer les différentes mises en place                    |
|    | 4 | Prendre les commandes des boissons et en assurer le service |
|    | 5 | Assurer les opérations de fin de service                    |

COMMUNIQUER ET COMMERCIALISER

- |    |   |  |
|----|---|--|
| C4 | 1 | S'intégrer et animer une équipe  |
|    | 2 | Se présenter et accueillir le client, éventuellement dans une langue étrangère |
|    | 3 | Conseiller la clientèle  |
|    | 4 | Optimiser les ventes et fidéliser la clientèle                                 |

**ARTICULATION ENTRE RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION**

TACHES	ACHAT-APPROVISIONNEMENT		COMMERCIALISATION : CONSEIL, VENTE ET SERVICE AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE		CONTRÔLE-GESTION-ANIMATION	
	1- DÉTERMINER les besoins	2- SÉLECTIONNER et choisir les fournisseurs	1-ÉTUDIER et mettre à jour les supports	2- CONSEILLER le client sur le choix des boissons et DÉTERMINER ses besoins	1- RÉCEPTIONNER et CONTRÔLER les livraisons	2- ANALYSER les ventes (écarts, statistiques)
<b>SAVOIR FAIRE</b>	3- ACHETER les produits	3- PRENDRE la commande				3-METTRE EN PLACE une procédure de contrôle des stocks (quantitatif et qualitatif)
	4- STOCKER les produits	4- PRÉPARER et assurer le service des boissons dans les règles				4- ANIMER et FORMER une équipe
<b>C1 - ORGANISER</b>						
C11 - Déterminer les besoins en personnel						
C12 - Prévoir les matériels						
C13 - Participer aux achats						
C14 - Concevoir la carte des vins et autres boissons						
C15 - Assurer l'organisation de la cave centrale et la cave du jour						
C16 - Répartir les tâches						
<b>C2 - GÉRER ET CONTRÔLER</b>						
C21 - Choisir les boissons et faire les propositions d'achat						
C22 - Réceptionner et contrôler les livraisons						
C23 - Optimiser la sélection et assurer la promotion des ventes						
C24 - Analyser les ventes						
C25 - Contrôler et inventorier les stocks						
<b>C3 - RÉALISER</b>						
C31 - Déguster les boissons						
C32 - Actualiser les cartes des boissons						
C33 - Effectuer les différentes mises en place						
C34 - Prendre les commandes des boissons et en assurer le service						
C35 - Assurer les opérations de fin de service						
<b>C4 - COMMUNIQUER ET COMMERCIALISER</b>						
C41 - S'intégrer et animer une équipe						
C42 - Se présenter et accueillir le client, éventuellement dans une langue étrangère						
C43 - Conseiller la clientèle						
C44 - Optimiser les ventes et fidéliser la clientèle						

# **BREVET PROFESSIONNEL**

## **SOMMELIER**

### **I.2**

**SAVOIR-FAIRE  
PROFESSIONNELS**

## SYNTHESE DES COMPETENCES

Pour obtenir le brevet professionnel sommelier, le candidat doit faire la preuve qu'il est capable de :

<b>ORGANISER</b>	<b>C1</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Déterminer les besoins en personnel</li> <li>2 Prévoir les matériels</li> <li>3 Participer aux achats</li> <li>4 Concevoir la carte des vins et autres boissons</li> <li>5 Assurer l'organisation de la cave centrale et du jour.</li> <li>6 Répartir les tâches.</li> </ol>
<b>GERER et CONTROLLER</b>	<b>C2</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Choisir les boissons et faire les propositions d'achat</li> <li>2 Réceptionner et contrôler les livraisons</li> <li>3 Optimiser la sélection et assurer la promotion des ventes</li> <li>4 Analyser les ventes</li> <li>5 Contrôler et inventorier les stocks</li> </ol>
<b>REALISER</b>	<b>C3</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Déguster les boissons</li> <li>2 Actualiser les cartes des boissons</li> <li>3 Effectuer les différentes mises en place</li> <li>4 Prendre les commandes des boissons et en assurer le service</li> <li>5 Assurer les opérations de fin de service</li> </ol>
<b>COMMUNIQUER COMMERCIALISER</b>	<b>C4</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 S'intégrer, animer une équipe</li> <li>2 Se présenter et accueillir le client, éventuellement dans une langue étrangère</li> <li>3 Conseiller la clientèle</li> <li>4 Optimiser les ventes et fidéliser la clientèle</li> </ol>

## C1 ORGANISER

SAVOIR FAIRE	CONDITION DE REALISATION	CRITERES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
<p><b>C1-1 DETERMINER LES BESOINS EN PERSONNEL</b></p> <p><b>ANALYSER</b> et <b>DETERMINER</b> les besoins en fonction des spécificités de l'établissement.</p>	<p>Définition du contexte (en situation réelle ou simulée). Classe de l'établissement, type de clientèle, capacité, situation géographique, type de cuisine, animation ponctuelle. Possibilités financières de l'établissement.</p>	<p>Respect du contexte commercial, des budgets et de la législation en vigueur.</p>
<p><b>C1-2 PREVOIR LES MATERIELS</b></p> <p><b>Déterminer</b> les besoins qualitatifs et quantitatifs du matériel de sommellerie, de commercialisation, de présentation (cave service et entretien)</p>	<p>Prévisions d'activités, liste des fournisseurs, catalogues, devis, revues techniques.</p>	<p>Matériel adapté et fiable en quantité suffisante suivant le budget.</p>
<p><b>C1-3 PARTICIPER AUX ACHATS</b></p> <p><b>PARTICIPER</b> à la sélection des vins et au choix des fournisseurs.</p>	<p>Liste des fournisseurs (différentes sources d'approvisionnement), catalogues, tarifs (conditions de vente), échantillons, fiches produits, fiches de dégustation.</p>	<p>Propositions d'achat respectant les capacités financières et la politique commerciale de l'établissement.</p>
<p><b>C1-4 CONCEVOIR LES SUPPORTS DE VENTE</b></p> <p><b>CONCEVOIR</b> les supports de vente, la carte des vins et autres boissons, catalogues en tenant compte de la législation en vigueur, en choisissant le matériel promotionnel.</p>	<p>Fiche signalétique de l'établissement, textes de lois, éventail de cartes et de matériel promotionnel existants, liste et devis de concepteurs de cartes, inventaires valorisés des boissons disponibles par article et par fournisseur. Utilisation éventuelle de l'outil informatique pour la réalisation des supports de vente.</p>	<p>Mise en place d'une carte, de documents attrayants, personnalisés, lisibles, originaux, respectant la législation en vigueur. Ces documents doivent être évolutifs, adaptés à la clientèle.</p>
<p><b>C1-5 ASSURER L'ORGANISATION DE LA CAVE CENTRALE, DU JOUR, ET DES DIFFERENTS POINTS DE STOCKAGE, DE DISTRIBUTION, ET DE VENTE.</b></p> <p><b>AGENCER, CLASSER, ORGANISER</b>, en respectant les conditions optimales de stockage.</p>	<p>Emplacement, capacités, accès et aménagement des locaux, documentation sur les différents types de stockage et de conditionnement, matériels de contrôle de température et d'hygrométrie, plans, inventaires, prévisions ou analyses des ventes, statistiques.</p> <p>Prévisions d'activité, listes des fournisseurs, catalogues, devis, revues techniques.</p>	<p>Matériel adapté permettant un rangement performant et rationnel.</p>
<p><b>C1-6 REPARTIR LES TACHES</b></p> <p><b>DETERMINER</b> les fonctions et les tâches du personnel de sommellerie, de distribution et de vente. <b>Elaborer</b> les <b>plannings</b></p>	<p>Prévisions d'activité, plannings, fiches de postes, effectif du personnel, organigramme de l'établissement, registres obligatoires.</p>	<p>Documents exploitables en tenant compte de la législation du travail en vigueur, des directives de la hiérarchie, de l'activité du service, des souhaits du personnel et des prévisions d'activité.</p>



## C2 GERER - CONTROLER

SAVOIR FAIRE	CONDITION DE REALISATION	CRITERES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
<p><b>C2-1 CHOISIR LES BOISSONS, FAIRE LES PROPOSITIONS D'ACHAT</b></p> <p>INTERPRETER une fiche de dégustation</p> <p>APPRECIER ET ANALYSER les boissons</p> <p>FAIRE DES PROPOSITIONS</p>	<p>Fiches et /ou commentaires de dégustation.</p> <p>Conditions d'achat, délais de livraison, tarifs, possibilités de stockage.</p> <p>Comité de dégustation.</p>	<p>Adaptation au contexte commercial (Situation géographique, saisons, circonstances) dans le respect des contraintes et de la politique commerciale de l'établissement.</p> <p>Prise en compte des conditions de vente des produits (exemple : coût du transport)</p>
<p><b>C2-2 RECEPTIONNER ET CONTROLER LES LIVRAISONS</b></p> <p>VERIFIER le bon de livraison</p> <p>COMPARER les bons de commande et de livraisons</p> <p>ASSURER LE STOCKAGE</p> <p>FORMULER des réserves</p>	<p>Bon de commande</p> <p>Bon de livraison</p> <p>Documents fiscaux</p> <p>Cahier des charges du fournisseur.</p>	<p>Correspondance des bons.</p> <p>Concordance qualitative et quantitative des boissons.</p> <p>Respect du cahier des charges.</p> <p>Respect des règles de stockage (rangement hygiène, sécurité).</p> <p>Respect de la législation en vigueur.</p>
<p><b>C2-3 OPTIMISER LA SELECTION ET ASSURER LA PROMOTION DES BOISSONS</b></p> <p>ADAPTER la sélection des boissons aux exigences des différents services de l'établissement et aux attentes de la clientèle.</p> <p>IDENTIFIER et ANALYSER les marchés et la concurrence</p> <p>DEFINIR les actions de promotion.</p> <p>ADAPTER les approvisionnements aux conditions du marché.</p> <p>PROFITER des opportunités</p>	<p>Analyse des ventes par service ou par type de produit.</p> <p>Plannings de prévision d'activité.</p> <p>Voyages, dégustations.</p> <p>Documentation promotionnelle</p>	<p>Prise en compte des informations. Détecter les écarts et y remédier.</p> <p>Choix judicieux des boissons en qualité et en quantité.</p> <p>Prise en compte de la politique de l'entreprise.</p> <p>Faire des propositions réalistes.</p>
<p><b>C2-4 ANALYSER LES VENTES</b></p> <p>RECHERCHER et CHOISIR les informations nécessaires</p> <p>DECODER et ANALYSER les informations</p> <p>PROPOSER des solutions, les METTRE en oeuvre</p>	<p>Relevé des ventes par période et par point de vente.</p> <p>Bandes de contrôle</p>	<p>Les éléments d'analyse sont choisis, les écarts significatifs sont repérés, les commentaires sont pertinents, les solutions proposées sont expliquées. Les solutions, leur mise en oeuvre, leur explication et leur suivi sont argumentés. Le suivi des solutions est argumenté.</p>
<p><b>C2-5 CONTROLER ET INVENTORIER LES STOCKS</b></p> <p>INVENTORIER, COMPARER, SUIVRE la qualité des vins (évolution, conditions de stockage...)</p>	<p>Fiches de stocks manuelles ou listes informatiques.</p> <p>Entrées, sorties, prévisions d'activités, mercuriales, bons de sorties, les bons « offerts », démarques inconnues.</p>	<p>Concordance entre le stock théorique et physique.</p> <p>Constat des écarts.</p> <p>Recherche des causes.</p> <p>Propositions de solutions</p>

## C3 REALISER

SAVOIR FAIRE	CONDITION DE REALISATION	CRITERES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
<p><b>C3-1 DEGUSTER LES BOISSONS</b></p> <p>Procéder à une analyse sensorielle</p> <p>a) déguster en vue d'un achat</p> <p>b) suivre l'évolution des vins en cave, en linéaire, en stock</p> <p>c) harmoniser les boissons et les mets</p>	<p>Local adapté et matériel spécifique.</p> <p>Echantillons en fonction des régions et des millésimes .</p> <p>Eventuellement préparation culinaire et/ou denrées alimentaires</p>	<p>Résultats logiques judicieux et argumentés.</p>
<p><b>C3-2 ACTUALISER LES SUPPORTS DE VENTE</b></p> <p>Mettre à jour les supports de vente en fonction des stocks existants.</p> <p>Adapter les supports de vente aux nouveaux produits et aux manifestations ponctuelles</p> <p>Actualiser les prix</p>	<p>Supports de vente</p> <p>Documents commerciaux</p> <p>Inventaire valorisé</p> <p>Eventuellement emploi de l'outil informatique.</p>	<p>Exactitude des libellés (dénomination, prix...).</p> <p>Respect de la législation en vigueur.</p> <p>Respect de la politique commerciale de l'établissement (ratio, marges, promotion etc...)</p>
<p><b>C3-3 EFFECTUER LES DIFFERENTES MISES EN PLACE</b></p> <p>Mettre en place les matériels spécifiques au service, à la présentation, à la vente</p> <p>Actualiser et compléter le stock, le linéaire, la cave du jour</p> <p>Vérifier et entretenir le mobilier, les locaux et le matériel</p>	<p>En situation réelle ou simulée.</p> <p>Local, mobilier, matériel, boissons.</p> <p>Supports de vente</p>	<p>Propreté du matériel et en état irréprochable</p> <p>Quantité nécessaire et rationnelle.</p> <p>Respect du contexte (manifestations et événements particuliers)</p> <p>Concordance entre les supports de vente et les stocks.</p>
<p><b>C3-4 PRENDRE LES COMMANDES DES BOISSONS, EN ASSURER LE SERVICE, LES CONDITIONNER</b></p> <p>Présenter la carte des boissons</p> <p>Rédiger les bons de commande et les transmettre au service concerné</p> <p>Conditionner et apporter les boissons aux clients</p> <p>Conditionner la commande et la distribution d'un achat sur un point de vente.</p> <p>Effectuer le service en tenant compte de la spécificité des produits. (Décantage, carafage...)</p> <p>Suivre les services des boissons jusqu'au départ des clients</p> <p>Débarrasser</p>	<p>En situation réelle ou simulée</p> <p>Support de vente</p> <p>Carnets de commande</p> <p>Matériel de service</p> <p>Bon de commande</p> <p>Emballage de la commande</p>	<p>Service effectué dans les règles de l'art : efficacité, propreté, tact et discrétion.</p> <p>Respect des règles de préséance.</p> <p>Adaptation aux particularités de service.</p> <p>Service des vins et débarrassage aux moments opportuns.</p>
<p><b>C3-5 ASSURER LES OPERATIONS DE FIN DE SERVICE</b></p> <p>Assurer le service des cigares à la demande des clients</p> <p>Nettoyer et ranger, remettre en ordre matériel, mobilier, locaux, spécifiques aux services des boissons</p>	<p>En situation réelle ou simulée</p> <p>Locaux adaptés et bien équipés.</p>	<p>Rangement fonctionnel</p> <p>Utilisation rationnelle des produits d'entretien</p> <p>Respect des règles d'hygiène et de sécurité.</p>

## C4 COMMUNIQUER COMMERCIALISER

SAVOIR FAIRE	CONDITION DE REALISATION	CRITERES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
<b>C4-1 S'INTEGRER, ANIMER UNE EQUIPE</b>  <b>Identifier</b> les particularismes de l'établissement : locaux, hiérarchie, type de clientèle, supports de vente  <b>Se présenter, dialoguer, s'adapter</b>  <b>Instaurer</b> une dynamique de groupe  <b>Proposer</b> des actions de formation, interne ou externe	Plaque de l'établissement éventuellement livret d'accueil Organigramme Supports de vente Toutes les informations fournies par le ou les responsables concernés. Organisation de dégustations et animations internes ou externes Liste des manifestations prévues (dégustations, concours) Liste des formations existantes	Intégration effective           Participation, responsabilisation, valorisation des membres de l'équipe
<b>C4-2 SE PRESENTER ET ACCUEILLIR LE CLIENT, EVENTUELLEMENT DANS UNE LANGUE ETRANGERE</b>  <b>Se présenter</b> et évoluer dans la tenue professionnelle  <b>Prendre contact</b> avec le client  <b>Assurer sa satisfaction</b> jusqu'à son départ  <b>Identifier</b> le contexte  <b>Dialoguer</b> avec le client éventuellement en langue étrangère	Situation réelle ou simulée Signe distinctif de la fonction Indication sur les usages de l'établissement  Eventuellement règlement intérieur	Hygiène corporelle irréprochable. Tenue propre et nette.  Conformité au règlement intérieur
<b>C4-3 CONSEILLER LA CLIENTELE</b>  <b>Evaluer et prendre en compte</b> les attentes de la clientèle  <b>Orienter</b> les choix de la clientèle  <b>Argumenter</b>	Situation réelle ou simulée  Documents de vente actualisés	Langage précis et accessible au client  Prise en compte réelle des attentes de la clientèle (goût, possibilité financière, événement ponctuel) Accord satisfaisant mets et vins en relation avec la politique commerciale de l'établissement (vin au verre, vin du moment, etc...) <b>Commande reformulée</b> au client Argumentation professionnelle, fiable, incitative
<b>C4-4 OPTIMISER LES VENTES ET FIDELISER LA CLIENTELE</b>  <b>Personnaliser</b> la relation client/sommelier  <b>Soigner</b> son image de marque  <b>Promouvoir</b> son établissement  <b>Susciter</b> l'intérêt des clients	Produits originaux, produits de qualité, produits nouveaux	Fidélisation de la clientèle en instaurant un climat de confiance Valorisation de l'image de son établissement Optimisation des ventes.

# B . P . S O M M E L L I E R

Mise en relation des capacités et compétences terminales et des savoirs technologiques et scientifiques associés

## R É F É R E N T I E L D E C E R T I F I C A T I O N

**COMPÉTENCE GLOBALE :** Le titulaire du B.P. Sommelier doit être capable après analyse des besoins, de conseiller, de vendre les boissons, d'en assurer le service, de gérer les différents points de distribution et d'animer son équipe dans le souci permanent de satisfaire la clientèle et de respecter les objectifs.

### CAPACITÉS

C1 : ORGANISER

### SAVOIR-FAIRE

- C1-1 - Déterminer les besoins en personnel.
- C1-2 - Prévoir les matériels.
- C1-3 - Participer aux achats.
- C1-4 - Concevoir la carte des vins et autres boissons.
- C1-5 - Assurer l'organisation de la cave centrale et du jour.
- C1-6 - Répartir les tâches.

C2 : GÉRER et CONTRÔLER

- C2-1 - Choisir les boissons et faire les propositions d'achats.
- C2-2 - Réceptionner et contrôler les livraisons.
- C2-3 - Optimiser la sélection et assurer la promotion des boissons.
- C2-4 - Analyser les ventes.
- C2-5 - Contrôler et inventorier les stocks.

C3 : RÉALISER

- C3-1 - Déguster les boissons.
- C3-2 - Actualiser les cartes de boissons.
- C3-3 - Effectuer les différentes mises en place.
- C3-4 - Prendre les commandes des boissons et en assurer le service.
- C3-5 - Assurer les opérations de fin de service.

C4 : COMMUNIQUER et VENDRE

- C4-1 - S'intégrer, animer une équipe.
- C4-2 - Se présenter et accueillir le client, éventuellement dans une langue étrangère.
- C4-3 - Conseiller la clientèle.
- C4-4 - Optimiser les ventes et fidéliser la clientèle.

CONNAISSANCES ASSOCIÉES




S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	

Relation fondamentale :  
Relation secondaire :

S1 : ŒNOLOGIE                                  S4 : ANALYSE SENSORIELLE                                  S7 : COMMUNICATION  
S2 : AUTRES BOISSONS                                  S5 : LÉGISLATION  
S3 : VIGNOBLES                                  S6 : GESTION APPLIQUÉE

# **BREVET PROFESSIONNEL**

## **SOMMELIER**

### **I.3**

#### **SAVOIRS ASSOCIES**

## SAVOIRS ASSOCIES

CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES	EP	UC
<b>S1 - Oenologie</b>	<b>On se limitera à des notions simples de viticulture :</b>	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
S-10 La Vigne	- Origine de la vigne, notions d'ampélographie (Cépages, porte-greffes, cycle végétatif) - Facteurs qualitatifs : liés au milieu culturel liés aux conditions culturelles	<b>E 1 bis</b>	<b>UT 1</b>
S-11 Le Raisin	<b>On se limitera :</b> - aux rôles des différents constituants du raisin et leurs évolutions au cours de la maturation - détermination de la date des vendanges - les conséquences de l'état sanitaire de la vendange	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
S-12 Le Moût	<b>Définition, composition, et améliorations éventuelles</b> Traitements physiques et chimiques	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
S-13 Les Fermentations	<b>Principe de la « fermentation alcoolique »</b> la « fermentation malolactique » Les agents de la fermentation Les différentes transformations	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
S 14 LES VINIFICATIONS	<b>Les différentes phases et leurs conséquences</b>	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
Les vinifications en : Blanc, Rouge, Rosé, Les vinifications spéciales Vin Jaune, Vin de paille V.D.N. V.D.L. Effervescent ...			
S 15 Evolutions technologiques des vinifications	<b>Identifications des nouvelles techniques</b>	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>
<b>S 16 Le Vin</b> Composition, Elevage et conservation	<b>On se limitera</b> * à la définition légale du vin * aux principaux constituants du vin * à leur rôle organoleptique * à l'identification des différents modes de logement et de conditionnement du vin et leur incidence qualitative * aux notions de traitements préventifs et curatifs éventuels		
<b>S-2 Les autres boissons</b>	<b>On se limitera à donner la composition des boissons autres que le vin</b> (jus de fruits, bières, cidres, sodas, eaux de vie, liqueurs, spiritueux français et étrangers, produits nouveaux, cafés, thés et boissons chaudes) en précisant les techniques d'élaboration. <b>Identification des différentes catégories d'eaux conditionnées et la législation s'y rapportant</b> (minérales, sources...)	<b>E 2</b>	<b>UT 2</b>

<b>CONNAISSANCES</b>	<b>LIMITES DES CONNAISSANCES</b>	<b>EP</b>	<b>UC</b>
<b>S 3 -Connaissance des vignobles</b>	Historique de la vigne et du vin en France. Incidence de l'histoire et de la culture régionale sur l'évolution du vignoble et des vins.	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>
S 3-1 Les vignobles français	Situations géographiques Définition des caractères spécifiques de chacune des productions	<b>E I bis</b>	<b>UT 1</b>
Les facteurs naturels et humains	Notions de terroirs. Influences des climats, des sols, des cépages et des modes de culture sur les différentes productions. Usages et traditions.	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>
Les facteurs économiques	Analyse et organisation des marchés et leur évolution	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>
Les Aspects réglementaires	Comparaison des différentes productions sur le plan quantitatif et qualitatif Les appellations et la législation des différentes productions	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>
Vins, autres boissons et gastronomie	Notions qualitatives des millésimes Accord mets, vins et autres boissons : accords classiques, originaux et judicieux (en privilégiant les productions régionales) Les bases de la gastronomie - régionale - nationale	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>
S 3-2 Les vignobles étrangers	Identification des principaux vignobles étrangers et commentaires de leurs productions essentielles	<b>E 1bis</b>	<b>UT 1</b>

CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES	EP	UC
<b>S 4 -ANALYSE SENSORIELLE</b>		<b>E 1</b>	<b>UT 1</b>
Les mécanismes neurophysiologiques de l'analyse sensorielle	Explication du processus des stimulations organoleptiques		
S 4 - 1 Conditions matérielles. Aspects humains	Situation et conditions matérielles pour procéder à une dégustation : <ul style="list-style-type: none"> <li>- environnement (local)</li> <li>- choix du matériel</li> </ul> Conditions physiques, physiologiques, et psychologiques ( <b>probité, modestie, objectivité...</b> ) On se limitera à la description des perceptions essentielles en évitant l'inflation du vocabulaire.		
S 4 - 2 La Dégustation	On se limitera aux différentes phases : <ul style="list-style-type: none"> <li>- commentaire de dégustation, logique, structuré, utilisant un vocabulaire précis et adapté au produit et aux circonstances</li> <li>- interprétation</li> <li>- conclusion (rapport qualité/prix)</li> <li>- dégustation orientée vers l'achat la vente</li> </ul>	<b>E 1</b>	<b>UT 1</b>
- Méthode  (visuelle olfactive gustative interprétation conclusion)  - Application	Interprétation des résultats de la dégustation en vue des différentes situations professionnelles: <ul style="list-style-type: none"> <li>* achats</li> <li>* vente</li> </ul> Mise en avant du produit  Présentation du produit à la vente	<b>E 3</b>	<b>UT 1</b>



CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES	EP	UC
<p><b>S 5 - LEGISLATION</b></p> <p>S 5-1 Législation relative à l'élaboration des boissons</p> <p>législation nationale et européenne</p> <p>S 5 - 2 Législation relative au transport des boissons</p>	<p>Définition légale en vigueur des produits suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- moût,</li> <li>- vin tranquille</li> <li>- vin effervescent</li> <li>- eau de vie</li> <li>- crème</li> <li>- liqueur</li> <li>- mistelle</li> <li>- V.D.L.</li> <li>- V.D.N.</li> <li>- autres boissons alcoolisées</li> <li>- boissons sans alcool</li> </ul> <p>La classification des vins, réglementation spécifique aux différentes catégories;</p> <p>Réglementation en vigueur concernant les opérations et pratiques oenologiques autorisées pendant la fermentation des moûts et sur les vins.</p> <p>Connaissance, identification , énoncé des règles de transport du vin et des boissons alcoolisées :</p> <p>les différents documents d'accompagnement ( factures, congés, CRD,...)</p>	E 2	UT 2
<p>S 5 - 3 Législation relative à la vente des boissons</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les licences</li> <li>- la classification et la réglementation des différents groupes de boissons</li> </ul> <p>S 5 - 4 La réglementation en matière d'hygiène et de sécurité les obligations d'affichage</p>	<p>Conformité aux supports de vente et à la législation en vigueur</p> <p>Lecture et interprétation d'une étiquette</p> <p>Conception et rédaction d'une carte des vins</p> <p>réglementation administrative concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les licences,</li> <li>- les prix,</li> <li>- la publicité,</li> <li>- les stocks</li> <li>- les centilisations spécifiques</li> </ul> <p>Débouchage des boissons devant le client</p> <p>Rôle du comité d'hygiène et de sécurité</p> <p>législation en vigueur</p>	E 2	UT 2
<p>S 5 - 5 Le droit du travail spécifique à la filière professionnelle</p>	<p>Conventions collectives, horaires, salaires, loi Godard, Auroux, Evin, avantages en nature...</p>		

CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES	EP	UC
<b>S 6 GESTION APPLIQUEE</b>			
<b>S 6-1 - L'entreprise</b> objectifs, moyens, contraintes organisation	<b>on se limitera à quelques exemples typiques :</b> lire et interpréter un organigramme de structure...	E 3	UT 3
<b>S 6 - 2 - Les principes de base de la comptabilité</b>  le plan comptable et ses mécanismes	On se limitera à un aperçu des documents de base (factures...) et de synthèse (bilan...)  On évitera les écritures sur les opérations courantes.		
<b>S 6 - 3 - La main courante et son application informatique</b>	Après quelques exemples de main courante manuelle on s'attachera à des applications informatiques : utilisation de logiciels professionnels...		
<b>S 6 - 4 - La gestion des approvisionnements</b> la politique d'achat l'inventaire permanent le coût d'achat compte tenu des frais externes et des frais internes : * investissements, coûts financiers, coût de stockage...	On s'appuiera sur des calculs de sorties selon les méthodes du coût moyen pondéré; du FIFO, On limitera les calculs à des coûts d'achat à partir des renseignements fournis par les documents externes et les informations internes.	E 3	UT 3
<b>S 6 - 5 - La politique des prix :</b> - choix du prix de vente des différentes boissons - prévision des ventes  - analyse des résultats	On s'appuiera sur des données objectives : ratio, politique commerciale de l'entreprise, coût matière, démarques inconnues, casses, offerts... On se limitera à des calculs en pourcentage, à des représentations graphiques de la structure des ventes et à son évolution. Les résultats graphiques ou chiffrés seront clairement commentés : principes d'Omnes, indice réponse article...	E 3	UT 3
<b>S 6 - 6 - Les principes de gestion financière</b> - le bilan et sa structure - les fonds de roulement : * fonds de roulement net global * besoins en fonds de roulement. - les emprunts	<b>On se limitera à une appréciation des grands postes du bilan.</b> L'appréciation portera sur l'incidence de la gestion des approvisionnements sur les besoins en fonds de roulement. On se limitera à des exemples professionnels.	E 3	UT 3
<b>S 6 - 7 - La gestion analytique d'exploitation</b> - analyse des charges et des produits par nature et par point de vente - les différentes charges variables et charges fixes : le seuil de rentabilité - l'analyse des soldes intermédiaires de gestion	Le seuil de rentabilité pourra être exprimé en francs, en ticket moyen... On limitera les calculs, en valeur absolue et en pourcentage, à l'appréciation des différents stades de formation du résultat d'exploitation. On limitera la demande de commentaires aux principaux soldes intermédiaires de gestion. On se limitera à un exemple simple d'élaboration de budget prévisionnel. La demande de commentaires pertinents sera réalisée sur des écarts qui devront être significatifs.	E 3	UT 3
<b>S 6 - 8 - La gestion prévisionnelle</b> Le budget des ventes - l'analyse des écarts			

CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES	EP	UC
<b>S - 7 Communication</b>			
S - 7-1 Information et documentation externes L'environnement économique Le marché du vin	- Connaissances développées sur les plans : local, régional, national et international.	<b>EG1</b>	<b>EOM</b>
S - 7-2 La présentation et le comportement professionnel : - L'attitude corporelle - L'esthétique (tenue vestimentaire, coiffure...)	-Attitude et présentation adaptées aux exigences de l'entreprise	<b>E 1</b>	<b>UT 1</b>
S - 7-3 La typologie de la clientèle : - Les facteurs sociologiques et culturels - Les facteurs individuels (socio-styles) - Les facteurs de segmentation de la clientèle	Notions essentielles Etude de l'ensemble des besoins. Mode et genre de vie. L'étude de marché		
S - 7-4 La communication orale (en français et en langues étrangères) - Les principes et les techniques de communication - Les formes de résolutions de litiges avec la clientèle	Maîtrise de l'anglais et pratique facultative d'une deuxième langue étrangère appliquée à la profession. Notions d'analyse transactionnelle Traitement des litiges liés aux comportements et aux situations.	<b>E 4</b>	<b>UT 1</b>
S - 7-5 La communication écrite - Les techniques de rédaction de message et de bon de commande - Les supports de communication	Bon de commande, note, courrier, compte rendu, rapport, fiche de dégustation...	<b>E 1</b>	<b>UT 1</b>
S - 7-6 Les outils de la communication - Les outils informatiques, les logiciels professionnels et standards (traitement de textes, gestionnaire de base de données, tableur, grapheur...) - La télécopie - Les services télématiques : messageries, banque de données...	Utilisation des outils informatiques adaptés à la mise en oeuvre de logiciels professionnels performants.	<b>EG 1</b>	<b>EOM</b>
S - 7-7 Les techniques de vente - Prise de contact - Prise en charge - Suivi - Recherche des besoins - Conclusion - Prise de congé	Exploitation des techniques de vente appliquées aux produits et services de l'entreprise. La vente par correspondance. La vente en grande distribution, en boutique spécialisée.	<b>E 1</b>	<b>UT 1</b>

**BREVET PROFESSIONNEL**

**SOMMELIER**

**TABLEAU DE CROISEMENT DE L'ENSEMBLE  
DES CAPACITES ET DES SAVOIRS ASSOCIES**

## B.P. SOMMELIER

Mise en relation des capacités et des compétences terminales et des savoirs technologiques et scientifiques associés  
**REFERENTIEL DE CERTIFICATION**

**COMPETENCES GLOBALES :** Le Titulaire du B.P. Sommelier doit être capable après analyse des besoins de conseiller, de vendre les boissons, d'en assurer le service, de gérer les différents points de distribution et d'animer son équipe dans le souci permanent de satisfaire la clientèle et de respecter les objectifs

### CAPACITES

#### C1 : ORGANISER

- C1-1 - Déterminer les besoins en personnel
- C1-2 - Prévoir les matériels
- C1-3 - Participer aux achats
- C1-4 - Concevoir la carte des vins et autres boissons
- C1-5 - Assurer l'organisation de la cave centrale et du jour
- C1-6 - Répartir les tâches

#### C2 : GERER ET CONTROLER

- C2-1 - Choisir les boissons et faire des propositions d'achat
- C2-2 - Réceptionner et contrôler les livraisons
- C2-3 - Optimiser la sélection et assurer la promotion
- C2-4 - Analyser les ventes
- C2-5 - Contrôler et inventorier les stocks

#### C3 : REALISER

- C3-1 Déguster les boissons
- C3-2 - Actualiser les cartes de boissons
- C3-3 - Effectuer les différentes mises en place
- C3-4 - Prendre les commandes des boissons et en assurer le service
- C3-5 - Assurer les opérations de fin de service

#### C4 : COMMUNIQUER ET VENDRE

- C4-1 - S'intégrer, animer une équipe
- C4-2 - Se présenter et accueillir le client, éventuellement dans une langue étrangère
- C4-3 - Conseiller la clientèle
- C4-4 - Optimiser les ventes et fidéliser la clientèle

### CONNAISSANCES ASSOCIEES




S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7								

S1 : Oenologie  
 S2 : Autres boissons  
 S3 : Vignobles  
 S4 : Analyse sensorielle  
 S5 : Législation  
 S6 : Gestion appliquée  
 S7 : Communication

Relation fondamentale :  
 Relation secondaire :