

Diplôme :
**Baccalauréat professionnel Technicien Conseil Vente
en Alimentation – Option Vins et spiritueux**

Module :
**MP62 - Pratiques professionnelles liées aux vins et
spiritueux**

Objectif général du module :
S'approprier les dimensions techniques des vins et spiritueux à des
fins commerciales

Indications de contenus, commentaires,
Recommandations pédagogiques

Objectif 1 - Identifier les différents composants du raisin et du vin, présenter leurs rôles et décrire les phénomènes fermentaires associés à leur transformation

1.1 - Identifier les principaux constituants du raisin et du vin et préciser leurs rôles œnologiques

Cette partie peut s'appuyer sur l'exploitation pédagogique annexée : ses produits, ses activités.
Présenter uniquement les composés qui ont un intérêt sur le plan du conseil commercial au client : sucres, acides, composés phénoliques, arômes...
Il s'agit d'indiquer leurs teneurs dans le raisin et le vin en les mettant en relation avec les objectifs de maturité recherchés.
Identifier les indicateurs analytiques de la qualité des vins.

2.1- Décrire les phénomènes fermentaires

1.2.1 Expliquer le déroulement de la fermentation alcoolique

Se limiter au bilan chimique de la fermentation alcoolique.

Citer les microorganismes responsables (levures).

Maîtrise de cette transformation (suivi journalier de la température, densité ...).

1.2.2 Expliquer le déroulement de la fermentation malolactique

Se limiter au bilan chimique de la fermentation malo-lactique.

Citer les microorganismes responsables (bactéries lactiques).

Maîtrise de cette transformation (suivi chromatographique, maîtrise des températures...).

Objectif 2 - Expliquer les procédés d'élaboration des vins et spiritueux et l'incidence des pratiques œnologiques sur leur qualité

2.1- Décrire les principales méthodes d'élaboration des vins

Étudier les vinifications en blanc sec, en rouge, en rosé.

Expliquer les raisons qui motivent l'itinéraire technique mis en œuvre par un viticulteur. Il est possible de s'appuyer sur des visites, l'exploitation du lycée ou les expériences des apprenants.

Décrire les étapes chronologiques en s'appuyant sur des schémas de vinification.

Identifier les principaux produits œnologiques susceptibles d'être utilisés lors des vinifications : SO₂, produits de correction de la vendange, enzymes...

2.2 - Présenter des produits spéciaux selon la région : élaboration des vins moelleux, vins mutés, spiritueux et autres boissons...

Se contenter d'expliquer par un schéma les méthodes d'élaboration de ces produits.

Expliquer les raisons historiques, climatiques et techniques ayant mené à la création de ces produits.

2.3 - Expliquer les conditions d'élevage et de conservation des vins et autres produits en préservant leur qualité

2.3.1. Préciser les conditions optimales d'élevage et de conservation des vins

Approche des différents facteurs d'évolution d'un vin : température de conservation, teneur en O₂, gestion du SO₂,...

Insister sur les conséquences commerciales des apports organoleptiques de l'élevage en barrique ou l'utilisation des copeaux.

2.3.2. Présenter les principaux risques d'altération : maladies, accidents ; leur prévention et leurs conséquences sur la commercialisation du produit

A mettre en relation avec les contenus du module MP1.

Évoquer les principales maladies et accidents : Piqûres lactiques et acétiques, altération due à Brettanomyces..., Casse oxydasique, oxydation...

Présenter les facteurs favorables à leur apparition.

Pour la prévention des altérations, on s'attachera aux soins essentiels à apporter au vin : suivi de la teneur en SO₂ libre, ouillage, soutirage et conditions de conservation

Indiquer les conséquences organoleptiques de ces altérations, notamment l'apparition d'acidité volatile.

Indiquer les teneurs maximales légales à respecter lors de l'élaboration du produit.

2.4- Décrire l'assemblage et le conditionnement des vins

Il convient de présenter les étapes clés : assemblage, clarification, mise en bouteilles, habillage.

Aborder les matières sèches et justifier leur choix dans un but commercial.

Mettre en avant la nécessité de prendre en compte la demande commerciale (choix du packaging, choix des étiquettes...)

Objectif 3 - Mettre en œuvre les opérations techniques nécessaires à l'espace de vente

S'appuyer éventuellement sur des visites de différents espaces de vente ou en prenant comme support l'exploitation du lycée

3.1 - Adapter l'espace de vente aux contraintes techniques du produit

Réception des produits.
Organisation du local de stockage (agencement, conditions de stockage...)
Préparation et entretien du rayon.

3.2 - Mettre en œuvre la valorisation commerciale du produit

Présentation du produit (établir des fiches produits, visuel, argumentaire technique...)

Activités pluridisciplinaires

28 heures : SESG 28h – Viticulture-Œnologie 28h

Thème : Marchandisage et logistique

Les activités pluridisciplinaires concourent à l'atteinte des objectifs de formation et permettent des mises en situation professionnelles associant les techniques de vente et la connaissance des produits commercialisés.

Il s'agit ici de permettre aux apprenants de comprendre comment se réalisent le choix de l'assortiment, l'organisation de l'espace de vente et son maintien dans un état marchand en s'appuyant sur les caractéristiques techniques du produit.

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

OUVRAGE :

GUILLAUME GIRARD - *Bases scientifiques et technologiques de l'œnologie*, Editions Tec & Doc, 2001
ROCHARD J. *Traité de viticulture et d'œnologie durables*, collection Avenir-Œnologie, éditions ITV et Oenoplurimédia, 2005, 310 p.
NAVARRE, C, LANGLADE F, *L'œnologie*. Editions Tec & Doc, 2006, 428p
DENIS DUBOURDIEU, ALINE LONVAUD, PASCAL RIBEREAU-GAYON, BERNARD DONECHE – traité d'œnologie tome 1 microbiologie et vinification, Editions Dunod
PASCAL RIBEREAU-GAYON, YVES GLORIES, ALAIN MAUJEAN, DENIS DUBOURDIEU – traité d'œnologie tome 2 chimie du vin, stabilisation et traitements, Editions Dunod
PEYNAUD, E. BLOUIN, J. *Connaissance et travail du vin*, Edition Dunod , 2005
MAX LEGLISE – vinification & fermentations. Les méthodes biologiques appliquées à la vinification et à l'œnologie, tome 1, Editions Le courrier du livre
JEAN-PIERRE COUDERC, HERVE HANNIN, FRANÇOIS D'HAUTEVILLE, ETIENNE MONTAIGNE - Bacchus 2008 – Edition Dunod
PIERRE MORA, YOHAN CASTAING, *Bonnes pratiques en marketing du vin* – Edition Dunod
EMMANUEL ROUZET, GERARD SEGUIN, *Le marketing du vin* – Edition Dunod
MARIE-HELENE WESTPHALEN, *Le comunicator, marketing du vin* – Edition Dunod
Dossiers VINIFLHOR- FranceAgriMer www.onivins.fr

REVUE :

- « Rayon boisson »,
- « La revue des œnologues »
- « Revue française d'œnologie »

SITE :

Site vitisphère : www.vitisphere.com
Site Comité Interprofessionnel du vin de champagne (CIVC) : <http://www.champagne.fr>
Site Syndicat général des vignerons (SGV) : <http://www.champagnesdevignerons.com>
Autres sites des comités interprofessionnels des régions viticoles françaises CIVA (Alsace), BIVB (Bordelais), CIVB (Bourgogne)...