

Diplôme : BTSA Technico-commercial

Module : M 57

Champ professionnel « Vins, Spiritueux et autres boissons alcoolisées »

Objectif général du module :

Mobiliser dans un champ professionnel les connaissances scientifiques et techniques permettant de formuler des propositions argumentées de solutions technico-commerciales

Indications de contenus, commentaires, Recommandations pédagogiques

Ce module vise à l'acquisition de capacités technologiques dans le champ professionnel des vins, autres boissons alcoolisées et spiritueux. Ce champ comprend toutes les boissons alcoolisées issues de fermentation, de distillation et les boissons issues de mélange. Les boissons non alcoolisées sont traitées dans le champ professionnel « Produits alimentaires et boissons ».

D'une manière générale, on s'attache à une présentation exhaustive de la diversité des produits et des itinéraires technologiques pour traiter ce module : l'accent doit être mis sur la connaissance de la matière première et l'analyse des étapes du processus de transformation qui interagissent sur les caractéristiques et la qualité du produit.

L'apprenant peut ainsi s'appuyer sur les connaissances acquises pour développer une « culture produit » et bâtir un argumentaire pertinent.

L'équipe pédagogique a toute latitude pour contextualiser et mettre en relation l'étude de ce module avec des territoires divers dans un contexte local, national et international. Le choix des supports d'étude est laissé à l'appréciation des équipes pédagogiques, cependant il doit s'appuyer sur plusieurs supports différents dans chacun des trois contextes (local, national, international).

Au-delà des enseignements théoriques et des TP-TD prévus dans ce module, l'atteinte des objectifs s'appuie également sur les stages en milieu professionnel, sur des situations concrètes vécues en pluridisciplinarité ainsi qu'au cours de voyages d'étude en France et/ou à l'étranger. Lorsqu'elles existent, les exploitations des établissements sont des supports à privilégier (Exploitation viti-vinicole, cidricole, houblonnière, brasserie et ateliers de transformation).

Les aspects relatifs à la sécurité alimentaire, à la réglementation et au respect de l'environnement sont abordés de manière transversale dans les objectifs 2, 3 et 4.

Objectif 1. Présenter les produits du champ professionnel

Il convient de privilégier une approche systémique et exhaustive des produits concernés par ce champ professionnel (ne surtout pas se limiter au territoire proche de l'établissement).

Mots-clés : vins – spiritueux - autre boisson alcoolisée

Objectif 1.1 - Présenter le champ professionnel, la diversité des secteurs et des acteurs le composant

Il s'agit de présenter l'importance et le positionnement du champ professionnel afin de situer l'activité commerciale dans son contexte. La diversité des secteurs et des acteurs doit être appréhendée au travers de cet objectif en y associant l'échelon international. Il est important que les principaux opérateurs du marché notamment au niveau de la production et de la transformation soient repérés.

Objectif 1.2 - Identifier les différents types de produits

Il convient :

- De montrer l'importance relative des différentes familles de produits ;
- D'identifier les différents boissons : fermentées, distillées et les boissons issues de mélange ;
- De présenter leurs spécificités ;
- De faire le lien avec leurs conditions de commercialisation.

Mots-clés : famille de produits - vins - spiritueux - liqueurs - cidre - bières - malternatives (premix)...

Objectif 1.3 - Caractériser les produits dans un cadre réglementaire et contractuel du champ professionnel

A partir d'exemples de différents produits présentés en objectif 1.2, il s'agit de montrer que la dénomination, la composition, l'étiquetage d'un produit précisent sa typicité et que ceux-ci font l'objet de réglementation.

Mots-clés : cahier des charges, étiquetage, traçabilité, organismes officiels , OIV, réglementation nationale, européenne, propre à l'export...

Objectif 2. Analyser différents modes de production

L'acquisition d'une culture « viticole » nécessite une bonne connaissance des modalités de production et d'élaboration d'une matière première de qualité.

En s'appuyant sur des exemples, il s'agit au travers de cet objectif :

- De situer la plante dans son terroir, territoire en lien avec les modalités de production et les spécificités du produit élaboré ;
- D'appréhender le fonctionnement de la plante pour élaborer une matière première.

Cette partie s'appuie sur l'observation de cas concrets représentatifs et feront l'objet de séances pluridisciplinaires.

Mots-clés : terroir - territoire - cépage – variété – diversité du matériel végétal – porte-greffe – greffage - physiologie - cycle végétatif – cycle reproducteur – calendrier des travaux – conduite conventionnelle, raisonnée, intégrée, biologique - approche durable indicateurs environnementaux

Objectif 2.1 - Identifier les différents modes de production

On s'attache à montrer la diversité des modes de production et ce qui les caractérisent. Cet objectif repose sur l'étude de plusieurs territoires à l'échelon local, national et international (au moins un territoire international doit être étudié).

Objectif 2.2 - Dégager les particularités de chacun des modes de production étudiés

Il convient de :

- Présenter les interventions techniques sur la plante et les conséquences sur la production ;
- Présenter différents itinéraires techniques et leurs incidences sur la production de la matière première.

Document d'accompagnement - Inspection de l'Enseignement Agricole

Diplôme : BTS Technico-commercial

Module : M 57 Champ professionnel « Vins et spiritueux »

Date : 15 avril 2010

Objectif 2.3 - Comparer différents modes de production en lien avec la commercialisation

Il s'agit, à partir des particularités recensées précédemment, de mettre en évidence des liens entre mode de production et commercialisation. Il est intéressant en cela d'étudier des modalités très diverses dont un mode de production dont la matière première est issue de l'agriculture biologique. La comparaison de différents modes de production doit mettre en évidence les points essentiels communs à différents itinéraires techniques et souligner les particularités de chacun d'eux en lien avec la commercialisation.

Mots clés : atouts et contraintes des différents modes de production, commercialisation, circuits de commercialisation.

Objectif 3. Analyser des processus de production en lien avec la commercialisation

Dans cet objectif, on s'attache à montrer la cohérence des opérations entre elles et à mettre en évidence l'incidence des choix sur la qualité des produits.

Une démarche inductive s'appuyant sur l'exploitation du lycée ou sur une exploitation partenaire est à privilégier notamment en ce qui concerne les travaux de cave et de laboratoire.

Au-delà des enseignements théoriques et des TP-TD, il est souhaitable que l'atteinte de cet objectif s'appuie sur des séquences en milieu professionnel dans le domaine de la transformation.

Mots-clés : vinification en blanc, rouge et rosé – vinification des vins mousseux, des VDN, des VDL et des mistelles – élaboration des boissons fermentées à base de fruits, de céréales, ... - élaboration des spiritueux et des boissons issues de mélange maturité matière première - date de récolte - caractéristiques matières premières - agents de fermentation - phénomènes fermentaires - choix des matières sèches - altération des vins - clarification, stabilisation et traitements des produits - élevage - préparation au conditionnement - réduction des effluents et durabilité - réglementation - distillations ...

Objectif 3.1 - Expliquer les opérations ou les stades clés

Il s'agit après avoir caractérisé la matière première, d'identifier les différentes opérations mises en œuvre pour transformer cette matière première. Il est important de souligner les étapes-clés du processus d'élaboration et de montrer la cohérence des étapes entre elles.

Objectif 3.2 - Analyser l'incidence des différents choix opérés sur la qualité des produits

Il s'agit d'expliquer l'incidence du choix de l'itinéraire d'élaboration sur la qualité d'un produit commercialisé et de mettre en évidence les effets positifs et négatifs des opérations de transformation sur les caractéristiques du produit. Différentes combinaisons possibles sont présentées pour atteindre les mêmes objectifs. Il faut cependant montrer que ces itinéraires d'élaboration peuvent être modifiés en cours de processus pour s'adapter aux conditions particulières rencontrées.

Objectif 3.3 - Présenter les outils de management de la qualité, et de l'environnement, et de leur implication dans les processus de transformation et/ou commercialisation

Il s'agit de montrer la maîtrise des aspects « qualité » d'un point de vue sanitaire et environnemental au travers des processus de transformation, des techniques de stockage, de conditionnement, d'emballage.

Mots-clés : sécurité sanitaire, nettoyage et désinfection, contrôle qualité, organismes de contrôle, procédures, prévention des risques, impact environnemental des activités

Objectif 4. Présenter les critères de qualité

L'atteinte des objectifs de ce module s'appuie largement sur des situations concrètes, diverses au travers de séances de TP/TD et d'activités pluridisciplinaires. Les exploitations des établissements ou les ateliers de transformation lorsqu'ils existent sont des supports à privilégier.

Mots-clés : contrôles analytiques : acidité totale, mustimétrie, réfractométrie, ébulliométrie, chromatographie - analyse sensorielle – commentaire d'analyse – défauts des vins- résidus dans les vins –

Document d'accompagnement - Inspection de l'Enseignement Agricole

Diplôme : BTS Technico-commercial

Module : M 57 Champ professionnel « Vins et spiritueux »

Date : 15 avril 2010

Objectif 4.1 - Recenser les critères de qualité des produits du champ professionnel

A partir de cas concrets, les différents critères de qualité de la matière première et des produits du champ professionnel sont identifiés. Des démarches qualités, des signes de qualité sont présentés dans cet objectif.

Objectif 4.2 - Préciser les éléments qui concourent à l'obtention d'un produit de qualité en liaison avec sa technologie de production et/ou de transformation

Il convient d'apprécier la qualité des produits sur le plan analytique et organoleptique. En liaison avec la technologie de transformation, il convient de préciser les éléments qui participent à la qualité ainsi que les principaux paramètres permettant de la maîtriser. Le principe des analyses et de leurs interprétations doit être connu. L'apprenant doit être en capacité d'apprécier à l'aide d'indicateurs, la gestion de la qualité de la matière première au produit prêt à commercialiser et de la valoriser auprès d'une clientèle nationale ou internationale.

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

REYNIER, A. *Manuel de viticulture*, 10^{ième} éditions, éditions TEC et DOVC, Lavoisier, 2007.
ROCHARD J. *Traité de viticulture et d'œnologie durables*, collection Avenir-Cœnologie, éditions ITV et Oenoplurimédia, 2005.
FARRE AUDE, *Quatre saisons en viticulture raisonnée*, DVD Vidéo, Educagri éditions, 2005
Guillaume Girard, *Bases scientifiques et techniques de la viticulture* –Edition Tec et Doc Lavoisier
Guillaume Girard, *Bases scientifiques et technologiques de l'œnologie*, Editions Tec & Doc, 2001
ITAB, *réglementation et principes généraux de la viticulture biologique*, fiche technique ITAB, 2003.
NAVARRE, C. *L'œnologie*. 5ème édition. Editions Tec & Doc
PEYNAUD, E. BLOUIN, J. *Connaissance et travail du vin*, Edition Dunod , 2005
Jean-Pierre Couderc, Hervé Hannin, François D'Hauteville, Etienne Montaigne ,*Bacchus 2008* –Edition Dunod
Pierre Mora, Yohan Castaing, *Bonnes pratiques en marketing du vin* –Edition Dunod
Claude Chapuis, Peter Duhn, *Dictionnaire des vins, bières et spiritueux du monde* –Edition Pocket
Collectif, *Guide de négoce vins et spiritueux* –Edition CEDIS
Emmanuel Rouzet, Gérard Seguin, *Le marketing du vin* – Edition Dunod
J. Lemert , *Lexique des vins et spiritueux français* - Edition Edisud
Marie-Hélène Westphalen, *Le comunicator, marketing du vin* –Edition Dunod
Jean-Pierre Derouille, *Le vin face à la mondialisation* - Edition Dunod
Yohan Castaing, *Oenotourisme, mettez en valeur votre exploitation viticole* –Edition Dunod
Pilla, Vinci 6, *400 bières du monde entier* –Edition DE Vecchi
Moll, *Bières et coolers* – Collection Sciences et techniques agroalimentaires
Bières du monde – Edition Hatier
Les alcools du monde – Edition Hatier
Bernard Rio, *Le cidre* –Edition Coop Breizh
Dossiers VINIFLHOR- FranceAgriMer www.onivins.fr

Revues :

- « Rayon boisson »,
- « RVI » revue vinicole internationale,
- « la vigne »,
- « champagne viticole »...

Sites Internet :

Site vitisphère : www.vitisphère.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)...

Document d'accompagnement - Inspection de l'Enseignement Agricole

Diplôme : BTS Technico-commercial

Module : M 57 Champ professionnel « Vins et spiritueux »

Date : 15 avril 2010

ADRESSES DES EDITEURS

ADEME Centre de Paris Vanves 27, rue Louis Vicat 75015 PARIS Tel 01 47 65 21 23

FOUCHER 128, rue de Rivoli 75001 PARIS

DELAGRAVE 15, rue Soufflot 75240 PARIS Cedex 05

CASTELLA 25, rue Monge 75005 PARIS

HACHETTE 79 Boulevard Saint-Germain 75006 PARIS

EDUCAGRI éditions BP 87999 21079 DIJON cedex tel 03 80 77 26 33

Tec & Doc 11 rue Lavoisier 75384 PARIS tel : 01 42 65 39 95

Les Presses Agronomiques de Gembloux Passage des Déportés B-5030 GEMBLoux (Belgique) voir Lavoisier 11 rue Lavoisier 75384 Paris Cedex 08

Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs salariés- Département prévention des accidents du travail- Tour Maine Montparnasse- BP 7 – 33 avenue du Maine 75755 Paris cedex 15 tel : 01 45 38 60 70

Chlorofil.fr : <http://www.chlorofil.fr>

<http://www.chlorofil.fr/etablisements/demarches-administratives/hygiene-et-securite-en-sciences-et-techniques-des-agroequipements.html>

Remarque : Aux termes du *Code de la propriété intellectuelle*, toute reproduction ou représentation, intégrale ou partielle, des publications faites par quelque procédé que ce soit (infographie, microfilmage, scannérisation, numérisation ...) sans le consentement de son auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L 335-2 et suivant du *Code de la propriété intellectuelle*.