

## SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Progettare la carta dei vini, in base ai piatti offerti, selezionando i fornitori e gestendo i flussi e le modalità di conservazione dei prodotti da cantina

### 1 - PROGETTAZIONE CARTE DEI VINI E DI CARTE SIMILARI

Grado di complessità 3

#### 1.3 ELABORAZIONE GRAND CARTE DEI VINI

Elaborare la “grand carte” dei vini, curando l'organizzazione delle sezioni (es. per derivazione geografica, per produttore) e arricchendo le informazioni sui singoli prodotti (es. annata, uve utilizzate, tipo di lavorazione, caratteristiche organolettiche) e classificazione (IGT/IGP, DOC-DOCG/DOP)

Grado di complessità 2

#### 1.2 ELABORAZIONE CARTA DEI VINI

Elaborare la carta dei vini al fine di esaltare il loro possibile abbinamento con le caratteristiche del menù proposto organizzata per tipologie di vino (spumanti bianchi, rosati, rossi, da dessert e fine pasto) e completo delle informazioni essenziali (es. denominazione, produttore, formato, prezzo) e classificazione (IGT/IGP, DOC-DOCG/DOP)

Grado di complessità 1

#### 1.1 ELABORAZIONE CARTA DELLE BEVANDE

Elaborare la carta delle bevande nel suo formato classico organizzato per tipologie di prodotto e completo delle informazioni essenziali (es. denominazione, formato, prezzo)

### 2 - GESTIONE FORNITORI

Grado di complessità 4

#### 2.4 VALUTAZIONE FORNITORI

Impostare un sistema valutazione della qualità dei singoli fornitori basato su indicatori osservabili e attendibili, definendo in particolare le modalità di tracciabilità e registrazione degli stessi ai vari livelli della struttura ricettiva

Grado di complessità 3

## ADA.23.01.09 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI SOMMELLERIE

### 2.3 RICERCA NUOVI FORNITORI

Selezionare nuovi fornitori in grado di soddisfare nuove esigenze di acquisto (per situazioni contingenti oppure per abbassare i quantitativi, per sopraggiunti limiti di spazi per interventi di ristrutturazione) o di garantire condizioni più favorevoli rispetto a quelli attualmente utilizzati, a parità di qualità di prodotto fornito, al fine di rendere maggiormente competitiva la propria offerta e/o aumentare la redditività aziendale

### 2.3 NEGOZIAZIONE

Partendo dalla lista dei fornitori stilata in base a più parametri (es. preventivi precedenti, qualità del servizio e delle merci, esigenze della struttura) gestire la negoziazione con il fornitore tenendo conto dei principi di comunicazione efficace e nel rispetto delle normative sulla compravendita

Grado di complessità 2

### 2.2 PREDISPOSIZIONE ORDINI DIRETTI

Sulla base delle esigenze individuate, effettuare gli ordinativi di acquisto utilizzando modalità di contatto diretto con il/i fornitore/i (es. telefono, consegna brevi manu al rappresentante)

### 2.2 PREDISPOSIZIONE ORDINI INFORMATIZZATI

Elaborare l'ordinativo di prodotti enologici utilizzando sistemi informatizzati avendo cura di verificare l'avvenuta ricezione e conferma d'ordine da parte del fornitore

### 2.2 PREDISPOSIZIONE ACQUISTO DIRETTO

Effettuare l'acquisto dei prodotti enologici recandosi direttamente dal fornitore al fine di scegliere in prima persona la merce che meglio soddisfa le proprie esigenze verificandone le caratteristiche tramite assaggio in loco

Grado di complessità 1

### 2.1 ANALISI BISOGNI

A partire dallo storico dei dati sulla vendita, definire il fabbisogno (quantità e tipologia di vino da ordinare) su base periodica (es. giornaliera, settimanale, mensile) e necessario per il costante approvvigionamento della cantina in relazione alle previsioni di lavoro (servizi aggiuntivi di ristorazione (es. catering, banqueting, convenzioni eventuale vendita da asporto))

## 3 - GESTIONE CANTINA

Grado di complessità 3

## ADA.23.01.09 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI SOMMELLERIE

### 3.3 GESTIONE APPROVVIGIONAMENTO URGENTE

Gestire l'approvvigionamento urgente di prodotti enologici dovuti a necessità improvvise (es. mancate consegne, deterioramento merci in cantina, maggiori richieste), valutando la modalità più efficace per garantire il servizio di sommellerie, anche ricorrendo a fornitori non abituali

Grado di complessità 2

### 3.2 AMPLIAMENTO DELLA GAMMA DI PRODOTTI

Ampliare la gamma dell'offerta, selezionando sulla base di un'analisi sensoriale comparativa, nuovi prodotti in grado di soddisfare le esigenze del target di clientela abituale e potenziale

Grado di complessità 1

### 3.1 VERIFICA DELLO STATO DELLA CANTINA

Verificare lo stato della cantina monitorando la correttezza dei parametri ambientali ed effettuando gli ordinativi dei quantitativi di prodotti esauriti o in esaurimento dei fornitori abituali

## **SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1**

### **RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)**

- Tipologie di vini (spumanti bianchi, rosati, rossi, da dessert e fine pasto), loro informazioni (es. denominazione, produttore, derivazione geografica, annata, uve utilizzate, tipo di lavorazione, caratteristiche organolettiche, formato, prezzo) e classificazione (IGT/IGP, DOC-DOCG/DOP)
- Dati storici di vendita
- Previsioni di lavoro
- Caratteristiche dei target di clientela
- Liste di fornitori e loro dati caratteristici (preventivi precedenti, qualità del servizio e delle merci, esigenze della struttura)
- Parametri ambientali di cantina e tecnologie di loro controllo
- Normativa commerciale

### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Tecniche di stima quali-quantitativa dei fabbisogni di cantina
- Tecniche ed operatività della negoziazione commerciale
- Operatività della predisposizione e trasmissione ordini di acquisto
- Metodi e tecniche di elaborazione delle carte vini e bevande
- Metodi di valutazione dei fornitori
- Operatività del monitoraggio della cantina
- Tecniche ed operatività di ampliamento del parco fornitori e della gamma di prodotti

### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Carte bevande e vini elaborate
- Fabbisogni definiti
- Ordini d'acquisto prodotti e approvvigionamenti gestiti
- Nuovi prodotti e nuovi fornitori esaminati

### **INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE**

#### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

- 1.** L'intero insieme dei vini e delle bevande
- 2.** Il mercato dei fornitori di riferimento
- 3.** Il mercato dei clienti di riferimento
- 4.** Un set di caratteristiche storiche di acquisti e vendite
- 5.** Un set di previsioni di lavoro

## ADA.23.01.09 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI SOMMELLERIE

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base dei set di caratteristiche dati impostazione della redazione delle carte dei vini e del processo di approvvigionamento, secondo criteri negoziali
2. Colloquio tecnico relativo alle strategie ed ai comportamenti di ampliamento del parco fornitori e della gamma di prodotti

## ADA.23.01.09 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI SOMMELLERIE

### FONTI

[https://www.aisitalia.it/Data/Sites/1/media/formazione/Programma\\_Corso\\_Sommelier.pdf](https://www.aisitalia.it/Data/Sites/1/media/formazione/Programma_Corso_Sommelier.pdf)

<https://www.fisar.org/i-corsi-fisar/>

<https://www.aspi.it/didattica/>

<https://www.enjoyfoodwine.it/strumenti-del-sommelier/>

Repertorio delle Qualificazioni Regionali Regione Friuli-Venezia Giulia

Quadro Regionale degli Standard Professionali (QRSP) - Regione Lombardia

Programma\_Corso\_Sommelier\_ AIS italia