

Conseiller commercial en vins et spiritueux

RNCP35535 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	211w
Formacode(s)	21540
Code(s) ROME	G1804, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/04/2021
Date d'échéance	19/04/2026

Certificateur(s)

INSTITUT DE FORMATION EN COMMERCE & OENOLOGIE · SIRET : 49155472100028

INSTITUT DE FORMATION EN COMMERCE & OENOLOGIE (I.F.C.O.) · SIRET : 49155472100036

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
IFCO-PARIS	7504020420002 2	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE FORMATION EN COMMERCE & OENOLOGIE	4915547210002 8	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE FORMATION EN COMMERCE & OENOLOGIE (I.F.C.O.)	4915547210003 6	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE LA VIGNE & DU VIN PARIS	7504020420001 4	Former et organiser l'évaluation
OPTIMALISE FORMATION	5026082500002 8	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Du point de vu commercial, la place du vin dans les exportations françaises, le nombre d'emplois créés en France par le vin, l'importance de l'oenotourisme s'incrivent dans un contexte porteur.

Les objectifs de la certification consistent à délivrer les compétences suivantes :

- Analyser des marchés du vin, prospector, s'informer, analyser l'évolution et les tendances des marchés des vins et des spiritueux
- Gérer un point de vente de vins et spiritueux
- Négocier auprès de fournisseur et assurer l'approvisionnement en vins et spiritueux
- Gérer la communication et le marketing d'un point de vente / Fidéliser la clientèle

ACTIVITÉS VISÉES

Le conseiller commercial en vins et spiritueux est responsable de la commercialisation des boissons alcoolisées, des

vins et spiritueux. Il se doit de bien connaître les cépages et les différents types de vins et d'alcools, de pouvoir expliquer les aspects liés à la production, aux techniques de vinification, etc. pour conseiller ses clients. Il intervient dans l'ensemble du processus de commercialisation, de la sélection des bouteilles à référencer dans un point de vente, à la gestion des encaissements des clients et des fournisseurs en passant par l'agencement d'un magasin et la mise en œuvre de plans de communication et de promotion pour piloter la vente de ses produits. Il peut également travailler pour un producteur pour lequel il devra définir des schémas de distribution, fixer des prix de vente en fonction de sa connaissance des marchés et gérer ses stocks. Aussi appelé vendeur technico-commercial en vins et spiritueux, le conseiller commercial a la possibilité d'exercer pour différentes structures telles que des coopératives et exploitations viticoles, des épiceries fines, des cavistes, des groupements d'intérêt commercial, des groupements de producteurs ou encore des restaurants, fermes et auberges. En permanence en contact avec des clients, le conseiller commercial en vins et spiritueux possède un excellent relationnel et maîtrise les techniques de négociation pour acheter et pour vendre les produits dont il est responsable. Le terrain et les déplacements font aussi partie de l'activité du conseiller qui est amené à rencontrer différents producteurs, négociants ou distributeurs pour commercialiser ses produits

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Maîtriser des outils de recherches (moteurs de recherches, annuaires en lignes, sites spécialisés et de fournisseurs, etc.) afin de faciliter la prospection d'informations sur les marchés des vins et spiritueux
- A partir d'informations sur les caractéristiques des vins et spiritueux (goût, degré d'alcool, texture en bouche, etc.), évaluer la qualité et de la promouvoir auprès de prospects ou d'acheteurs potentiels
- En se basant sur des résultats de ventes, définir l'état du marché dans un secteur géographique et identifier des tendances concernant les produits vendus
- En fonction des caractéristiques et des données du marché, estimer des potentiels de commercialisation de vins et spiritueux afin de négocier avec des fournisseurs
- Déterminer des profils types de produits adaptés à des marchés en illustrant des critères clés permettant de garantir des ventes
- A partir d'un catalogue de produits, déterminer les caractéristiques de chaque vin et spiritueux
- Composer des rayonnages de points en vente en fonction de complémentarité de vins, d'intérêts de produits, du positionnement souhaité d'une boutique
- En se basant sur des tendances de produits, envisager et prévoir des actions d'aménagement du point de vente afin de mettre en avant les alcools à vendre en priorité
- Accueillir, animer et conseiller des produits aux clients et prospects pour faciliter des ventes
- Maîtriser la langue anglaise et le vocabulaire viticole pour répondre aux sollicitations de clients étrangers
- Afin d'argumenter l'intérêt d'achat, mettre en avant les qualités et l'intérêt des vins et spiritueux pour des clients potentiels
- A partir d'actions de communication, organiser des portes ouvertes pour faire découvrir et déguster des vins
- Déterminer une sélection de vins et spiritueux correspondant aux profils des clients auprès d'établissements fournisseurs
- Rechercher des producteurs et des négociants pour des types de vins
- Identifier des tarifs d'achats de types de bouteilles en fonction des cours du vin
- Estimer des possibilités et des marges de négociations possibles sur des bouteilles
- Sélectionner des producteurs en fonction du positionnement souhaité du point de vente et des types de bouteilles recherchés
- En se basant sur le marché et le pouvoir d'achat des clients, déterminer des prix d'achats et de ventes de boissons alcoolisées pour garantir un taux de marge donné
- Estimer des besoins en stock, déterminer et prévoir de nouvelles commandes de produits pour anticiper des fins de stocks
- En se basant sur des estimations d'activités commerciales, valider des devis afin d'officialiser des besoins d'approvisionnement
- A partir d'informations récoltées sur des produits et des clients, analyser et exploiter des bases de données pour connaître les clients et leurs habitudes d'achat
- Analyser des taux de fidélisation de clients, identifier des possibilités d'amélioration de la fidélité de clients
- En fonction des informations à communiquer, concevoir un plan de communication digitale pour promouvoir des vins et spiritueux en s'appuyant
- Intégrer l'utilisation de technologies de l'information et de communication (courriels, newsletter, site internet,

réseaux sociaux, applications mobiles) dans le but d'accroître leur visibilité et attirer de nouveaux clients

- En se basant sur l'étude de consommateurs, mettre en place et gérer un planning d'actions de communication et de sollicitations commerciales
- Détailler et justifier des contenus et des actions de plans de communication

Blocs de compétences

RNCP35535BC01 — Analyser des marchés du vin, prospecter, s'informer, analyser l'évolution et les tendances des marchés des vins et des spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Maîtriser des outils de recherches (moteurs de recherches, annuaires en lignes, sites spécialisés et de fournisseurs, etc.) afin de faciliter la prospection d'informations sur les marchés des vins et spiritueux
- A partir d'informations sur les caractéristiques des vins et spiritueux (goût, degré d'alcool, texture en bouche, etc.), évaluer la qualité et de la promouvoir auprès de prospects ou d'acheteurs potentiels
- En se basant sur des résultats de ventes, définir l'état du marché dans un secteur géographique et identifier des tendances concernant les produits vendus
- En fonction des caractéristiques et des données du marché, estimer des potentiels de commercialisation de vins et spiritueux afin de négocier avec des fournisseurs
- Déterminer des profils types de produits adaptés à des marchés en illustrant des critères clés permettant de garantir des ventes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation n°1

Etude d'un marché et de vins

Cet examen doit permettre aux futurs conseillers commerciaux en vins et spiritueux d'illustrer leur capacité d'étude d'un marché, de ses acteurs et des produits. A partir d'un énoncé décrivant une zone géographique, les étudiants ont un délai estimé par leur enseignant pour effectuer les travaux suivants :

- Recherche sur Internet d'informations concernant le périmètre géographique vitivinicole donné
- Recensement des producteurs, fournisseurs et produits de la région concernée via des sites spécialisés
- Définition de caractéristiques de vins
- En fonction d'informations sur les localisations des implantations, identification des caractéristiques des produits (cépages, etc.)
- Analyse de tendances de marchés des vins Ce rapport illustre toutes les démarches et méthodologies utilisées pour la réalisation de l'étude de marché. Une synthèse à la fin du rapport reprend tous les éléments importants de cette étude. Epreuve sur table de viticulture et œnologie
- Les différentes étapes du cycle végétatif de la vigne
- Les maladies de la vigne
- Les différentes formes de traitements selon le mode de culture
- Les principes de vinifications
- Les vinifications particulières
- Les techniques œnologiques
- La conservation et l'élevage des vins Epreuve Orale Technique de dégustation vins ou spiritueux:
- Analyse sensorielle
- Commentaire de dégustation
- Caractérisation commerciale d'un vin ou d'un spiritueux

RNCP35535BC02 — Gérer un point de vente de vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

- A partir d'un catalogue de produits, déterminer les caractéristiques de chaque vin et spiritueux
- Composer des rayonnages de points en vente en fonction de complémentarité de vins, d'intérêts de produits, du positionnement souhaité d'une boutique
- En se basant sur des tendances de produits, envisager et prévoir des actions d'aménagement du point de vente afin de mettre en avant les alcools à vendre en priorité
- Accueillir, animer et conseiller des produits aux clients et prospects pour faciliter des ventes
- Maîtriser la langue anglaise et le vocabulaire viticole pour répondre aux sollicitations de clients étrangers

- Afin d'argumenter l'intérêt d'achat, mettre en avant les qualités et l'intérêt des vins et spiritueux pour des clients potentiels
- A partir d'actions de communication, organiser des portes ouvertes pour faire découvrir et déguster des vins

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation n°2

Examen oral et écrit

Agencement d'un point de vente et jeu de rôle "conseil/vente produits" A partir d'un énoncé évoquant des tendances du marché autour des ventes d'alcool, l'étudiant doit rédiger un plan d'aménagement et de disposition des produits présents dans son catalogue.

Le futur conseiller commercial en vins et spiritueux a un délai donné par l'enseignant pour la partie écrite. Il doit rédiger un document illustrant : -

Sélection des produits à mettre en vitrine et ceux en arrière-plan-

Définition de la répartition des produits entre le magasin et le stock-

Détermination de l'agencement du point de vente-

Politique d'affichage des prix-

Définition d'un parcours clients dans le point de vente Cet examen théorique doit être rendu sous format papier et doit contenir les propositions et argumentations de l'étudiant. Dans un deuxième temps, le futur conseiller commercial en vins et spiritueux doit se confronter oralement à de potentiels clients afin de les conseiller sur certains produits et d'animer son point de vente. Cet examen durera minimum 20 minutes pour pouvoir identifier les connaissances de l'étudiant au sujet des différents vins et spiritueux. Une partie des échanges devra s'effectuer en anglais

RNCP35535BC03 — Négociier auprès de fournisseur et assurer l'approvisionnement en vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer une sélection de vins et spiritueux correspondant aux profils des clients auprès d'établissements fournisseurs
- Rechercher des producteurs et des négociants pour des types de vins
- Identifier des tarifs d'achats de types de bouteilles en fonction des cours du vin
- Estimer des possibilités et des marges de négociations possibles sur des bouteilles
- Sélectionner des producteurs en fonction du positionnement souhaité du point de vente et des types de bouteilles recherchés
- En se basant sur le marché et le pouvoir d'achat des clients, déterminer des prix d'achats et de ventes de boissons alcoolisées pour garantir un taux de marge donné
- Estimer des besoins en stock, déterminer et prévoir de nouvelles commandes de produits pour anticiper des fins de stocks
- En se basant sur des estimations d'activités commerciales, valider des devis afin d'officialiser des besoins d'approvisionnement

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation n°3

Gestion des achats pour un point de vente -Epreuve sur table -

Cette épreuve doit permettre aux futurs conseillers en vins et spiritueux d'illustrer leurs connaissances et capacités à gérer des achats auprès de fournisseurs. A partir d'informations caractérisant des boissons alcoolisées et des intérêts de clients, les étudiants doivent rédiger et détailler des processus d'approvisionnements, ainsi que répondre à des questions en argumentant leurs propos. Ils doivent faire référence à leur culture géo-viticole

RNCP35535BC04 — Gérer la communication et le marketing d'un point de vente - Fidéliser la clientèle

LISTE DE COMPÉTENCES

- A partir d'informations récoltées sur des produits et des clients, analyser et exploiter des bases de données pour connaître les clients et leurs habitudes d'achat
- Analyser des taux de fidélisation de clients, identifier des possibilités d'amélioration de la fidélité de clients
- En fonction des informations à communiquer, concevoir un plan de communication digitale pour promouvoir des vins et spiritueux en s'appuyant
- Intégrer l'utilisation de technologies de l'information et de communication (courriels, newsletter, site internet, réseaux sociaux, applications mobiles) dans le but d'accroître leur visibilité et attirer de nouveaux clients
- En se basant sur l'étude de consommateurs, mettre en place et gérer un planning d'actions de communication et de

sollicitations commerciales

- Détailler et justifier des contenus et des actions de plans de communication

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation n°4

Présentation d'un plan de communication et de fidélisation de clients Les étudiants sont chargés d'élaborer un plan de communication intégrant le digital pour la présenter des offres de vins et spiritueux. A partir de l'énoncé, un planning de sollicitations commerciales doit être défini en fonction des habitudes des consommateurs. Le travail doit présenter des contenus de communication en utilisant les supports suivants : PLV, affiches, flyers, courriels électroniques (emailing), newsletters et stratégie d'utilisation des réseaux sociaux

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le conseiller commercial en vins et spiritueux est responsable de la commercialisation des boissons alcoolisées, des vins et spiritueux. Il se doit de bien connaître les cépages et les différents types de vins et d'alcools, de pouvoir expliquer les aspects liés à la production, aux techniques de vinification, etc. pour conseiller ses clients. Il intervient dans l'ensemble du processus de commercialisation, de la sélection des bouteilles à référencer dans un point de vente, à la gestion des encaissements des clients et des fournisseurs en passant par l'agencement d'un magasin et la mise en œuvre de plans de communication et de promotion pour piloter la vente de ses produits. Il peut également travailler pour un producteur pour lequel il devra définir des schémas de distribution, fixer des prix de vente en fonction de sa connaissance des marchés et gérer ses stocks. Aussi appelé vendeur technico-commercial en vins et spiritueux, le conseiller commercial a la possibilité d'exercer pour différentes structures telles que des coopératives et exploitations viticoles, des épiceries fines, des cavistes, des groupements d'intérêt commercial, des groupements de producteurs ou encore des restaurants, fermes et auberges. En permanence en contact avec des clients, le conseiller commercial en vins et spiritueux possède un excellent relationnel et maîtrise les techniques de négociation pour acheter et pour vendre les produits dont il est responsable. Le terrain et les déplacements font aussi partie de l'activité du conseiller qui est amené à rencontrer différents producteurs, négociants ou distributeurs pour commercialiser ses produits.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Attaché commercial vins et spiritueux-
- Responsable achat ou vente en vins et spiritueux-
- Commercial conseil en vins et spiritueux-
- Caviste (Commerçant boutique)-
- Responsable caveau de vente (domaine viticole ou coopérative) -
- Courtier en vins et spiritueux-
- Responsable rayon liquides-
- Commis sommelier-
- Agent commercial multicartes

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 053 €

Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration · tension 5/5 (Très élevée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 909
Jugés difficiles à recruter	34 %
Emplois saisonniers	17 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le jury est exclusivement composé de professionnels en activité. Il est composé de :

- 4 représentants professionnels du secteur à parité employeurs et salariés
- le Directeur de IFCO

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 317 €
Selon la branche	5 844 € – 7 626 €
Prise en charge	Branches concernées
7 317 €	Valeur par défaut · 207 branches
7 626 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNIEFP dans la coopération agricole
7 585 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 361 €	CPNE des Vins et Spiritueux
5 844 €	CPNEFP des commerces de gros

Base légale

Date de décision	19/04/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/04/2026

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	48	0	100 %	100 %
2019	50	0	94 %	94 %
2018	47	0	94 %	96 %
2017	40	0	100 %	95 %
2016	31	0	97 %	97 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP25459

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42066

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

IFCO Marseille & IFCO Paris

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35535/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 08/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	7
Parcours menés à terme	11
Taux d'achèvement	157 %
Période	06/2022 – 06/2025

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	15
Montant total engagé	69 478 €
Coût moyen par dossier	4 632 €
Durée moyenne	561 h
Période	10/2020 – 11/2024
France compétences	56 %
France Travail	36 %
Reste à charge titulaire	4 %
OPCO	3 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.