

Responsable export des vins et spiritueux

RNCP36392 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	21540
Code(s) ROME	M1701, D1406, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/04/2022
Date d'échéance	25/04/2027

Certificateur(s)

INSTITUT SUPERIEUR DU VIN · SIRET : 79506862600030

INSTITUT SUPERIEUR DU VIN · SIRET : 79506862600048

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ESGCV DIJON	75253547600531	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Filière dynamique et symbole de l'Art de Vivre à la Française, la filière vin et spiritueux reste toutefois une filière où le marché de l'emploi fonctionne comme un marché de niche qui demande aux nouveaux entrants de maîtriser en même temps les spécificités techniques des produits, la multiplicité des

réseaux de distributions en France et sur les marchés étrangers et un environnement réglementaire et douanier complexe.

Le but de l'Institut Supérieur du Vin et de la certification de Responsable Export des vins et spiritueux est de former les futurs cadres commerciaux internationaux de la filière qui accompagneront celle-ci dans sa transition pour qu'elle soit prête à relever les défis de demain liés aux changements climatiques et aux nouveaux contextes et habitudes de consommation. Des enjeux majeurs pour une filière qui redémarre tant sur son marché domestique que sur ses marchés export après la crise sanitaire.

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable Export des Vins et Spiritueux assure principalement les activités suivantes :

Elaboration et mise en oeuvre de la stratégie marketing internationale de l'entreprise

Définition de la stratégie commerciale export de l'entreprise

Administration des ventes export

Management des équipes commerciales interculturelles

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 : Réaliser des études sur les marchés internationaux des vins et spiritueux

C2 : Effectuer le diagnostic export d'une entreprise des vins et spiritueux

- C3 : Élaborer une stratégie de développement international
- C4 : Construire une politique marketing internationale
- C5 : Concevoir des outils de reporting dans une logique de ROI
- C6 : Elaborer un plan d'action commerciale dans une zone géographique donnée
- C7 : Conduire une prospection internationale sur les marchés des vins et spiritueux
- C8 : Effectuer une négociation commerciale pour une vente de vins et spiritueux dans un environnement interculturel
- C9 : Coordonner les réseaux de vente dans un contexte international
- C10 : Mesurer les performances sur sa zone commerciale
- C11 : Organiser la logistique internationale des vins et spiritueux
- C12 : Effectuer les formalités de dédouanement propres aux vins et spiritueux
- C13 : Se prémunir contre les risques du commerce international
- C14 : Contractualiser les ventes à l'international
- C15 : Remettre une offre export
- C16 : Coordonner les actions commerciales dans un contexte interculturel
- C17 : Animer les équipes commerciales dans un contexte interculturel
- C18 : Gérer les ressources humaines dans un contexte interculturel
- C19 : Développer les compétences des équipes interculturelles
- C20 : Faire appliquer les règles d'Hygiène et Sécurité en accord avec la réglementation du pays

Blocs de compétences

RNCP36392BC01 — Stratégie marketing des vins et spiritueux à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Effectuer, en français ou en anglais, une étude macro-environnementale des marchés étrangers de vins et spiritueux pour identifier les marchés prioritaires, en :
- prenant en compte les données économiques et sociodémographiques du marché
 - effectuant des recherches réglementaires (réglementations spécifiques V&S, taxes, douanes...)
 - évaluant le risque pays auprès des agences spécialisées (COFACE, Ducroire..)
- C2. Elaborer, en français ou en anglais, une étude de marché des vins et spiritueux afin d'appréhender les opportunités et les menaces des marchés internationaux, en :
- collectant les informations auprès des organismes spécialisés
 - analysant les données de l'étude du marché
 - effectuant un benchmark concurrentiel
 - en identifiant les axes de différenciation et les opportunités de développement commercial
- C3. Réaliser un audit interne de l'entreprise dans le but de déterminer ses capacités export (forces et faiblesses), en :
- conduisant un audit diagnostic prenant en compte ses moyens humains, commerciaux, financiers, et ses capacités de production
 - étudiant avec précision les produits de l'entreprise
 - utilisant des indicateurs pertinents et une méthodologie efficace
- C4. Rédiger un rapport de diagnostic export en français ou en anglais, pour proposer des axes de développement export compatibles avec la structure, en :
- établissant un constat faisant ressortir les points forts et les points faibles
 - fournissant un contenu prescriptif décrivant les moyens d'améliorations possibles et les pistes de développement
- C5. Définir une stratégie de développement international de l'entreprise pour définir un plan d'action en fonction des objectifs et des marchés prioritaires, en :
- prenant en compte l'analyse SWOT effectuée
 - considérant l'offre disponible sur les marchés
 - en identifiant et planifiant les actions par marchés
- C6. Définir un modèle STP (segmentation, positionnement et ciblage) pertinent dans le but de pénétrer durablement un/des marchés export, en :
- sélectionnant les cibles de clients
 - créant des persona
 - proposant un positionnement différenciant par rapport au concurrent
- C7. Concevoir le marketing mix d'un produit vins ou spiritueux, dans un contexte international, pour maximiser le

développement de l'entreprise, en :

- élaborant un produit en adéquation avec les goûts des consommateurs
- en sélectionnant les réseaux de distributions (Off et On trade) adaptés et conformes à l'environnement réglementaire V&S du marché
- en élaborant, en lien avec le service communication, un plan de communication tenant compte de la réglementation du pays
- en définissant une politique de prix cohérente avec le positionnement de l'entreprise

C8. Créer des outils nécessaires au suivi et au contrôle de la stratégie mise en place afin d'évaluer le bilan des actions dans une logique de ROI, en :

- sélectionnant les éléments de mesure (KPI)
- définissant les périodicités
- élaborant des tableaux de suivi
- déduisant des axes d'améliorations à court, moyen et long termes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation transversale des compétences C1/C2

Etude de cas : A partir d'un corpus documentaire et de recherche personnelle à effectuer, les candidat.es doivent produire une étude synthétique de l'environnement macro et micro d'un marché étranger donné.

Evaluation transversale des compétences C3/C4

Projet de groupe :

Sur la base d'un contexte d'entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidats doivent réaliser un audit interne des capacités export de celle-ci. Les résultats de cet audit sont ensuite compilés dans un rapport de diagnostic export.

Evaluation C5 :

Projet de groupe : En mode collaboratif, chaque équipe travaille sur le cas d'une entreprise de la filière vins et spiritueux dans le but d'établir un plan de développement international à court, moyen et long terme. Un dossier comprenant les informations sur l'entreprise et ses gammes est remis à chaque groupe, des rendez-vous avec les professionnels de l'entreprise sont également prévus pour réaliser un diagnostic export.

Evaluation transversale des compétences C6/C7

Mise en pratique professionnelle en groupe : suite à un séminaire portant sur un marché étranger de vins et spiritueux (USA/Canada, Amérique Latine, Chine, Japon/Corée du Sud, Europe ou Afrique), les candidat.es sont réparti.es en groupe de travail représentatif d'une société de négoce. Pour le marché cible choisi, ils doivent - sous le tutorat du formateur en charge de cet enseignement - élaborer une fiche synthétique présentant le marché (offre existante, réseaux de distribution off et on trade, réglementation d'importation et d'étiquetage) et choisir une cible de client BtoC. Cette cible définie, ils.elles doivent élaborer - sous le tutorat du formateur en œnologie - un assemblage de vins correspondant au positionnement défini en amont. Ils.elles élaborent le mix marketing et proposent un packaging.

Evaluation C8 :

Etude de cas : À partir d'un corpus documentaire présentant les actions commerciales et marketing d'une entreprise de la filière vins et spiritueux sur ces marchés export sur une année, les candidat.es doivent proposer un process de suivi des résultats et des actions commerciales.

RNCP36392BC02 — Stratégie commerciale des vins et spiritueux à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

C9. Réaliser un plan d'action commercial dans le but de développer ou d'importer un produit et/ou une gamme V&S sur un/des marché(s) internationaux , en :

- allouant les moyens techniques et humains nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés dans le plan stratégique
- identifiant les canaux de distribution à privilégier
- définissant des objectifs commerciaux
- respectant les budgets alloués

C10. Définir les actions de prospection à mettre en oeuvre sur les marchés ciblés dans le but d'accroître la présence d'une entreprise de vins et spiritueux, en :

- analysant le portefeuille client si existant (méthodologie RFM, Pareto...)
- identifiant les clients potentiels sur les réseaux off-trade, on-trade et e-commerce
- évaluant l'attractivité qualitative et quantitative des prospects
- sélectionnant des événements professionnels auxquels participer

- réalisant des tournées commerciales
- organisant des événements on et off line de présentation des produits

C11. Négocier une vente de vins et spiritueux en français ou en anglais dans le but de finaliser celle-ci, en :

- prenant en compte les aspects interculturels
- écoutant les besoins du clients
- maîtrisant les techniques de la négociation
- posant les bases d'une relation commerciale pérenne, éthique et responsable

C12. Animer les réseaux de vente des vins et spiritueux de l'entreprise dans le but d'accroître la présence et la notoriété de la marque sur les marchés, en :

- concevant des outils de présentation des gammes et de l'entreprise en anglais (fiche technique, présentation des terroirs storytelling...)
- organisant des événements de dégustation sur les lieux de vente
- mettant en place une stratégie d'incentive oenotouristique à destination des distributeurs et des commerciaux à l'étrangers
- privilégiant une approche multicanale pour les actions de promotions on et off line

C13. Analyser les résultats commerciaux sur les zones géographiques pour proposer des axes d'améliorations à sa direction, en :

- définissant des objectifs qualitatifs et quantitatifs
- créant les tableaux de bord de suivi
- effectuant une veille commerciale et réglementaire

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation C9 :

Etude de cas : Sur la base d'un corpus documentaire présentant une entreprise, ses gammes et un marché cible, le candidat rédige un dossier de synthèse présentant une analyse diagnostique de l'entreprise et ses marchés, des recommandations et un plan d'action commercial pour pénétrer le marché cible.

Evaluation C10 :

Projet de groupe : Sur la base de données issues d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidat.es réparti.es en groupe réalisent un plan de prospection pour un marché donné.

Ils.elles établissent une liste des prospects identifiés sur les marchés et évaluent leur attractivité. Les solutions proposées doivent comporter un plan de prospection adapté, un argumentaire de vente et des actions d'animation commerciale à réaliser sur le marché ou en ligne.

Evaluation C11 :

Mise en situation professionnelle : Les candidat.es sont mis individuellement en situation de négociation commerciale avec un intermédiaire de distribution sur un marché étranger (importateur, centrale d'achat GD ou CHR..). Après avoir pris connaissance d'un contexte commercial à traiter, ils.elles préparent un argumentaire et des outils pour mener à bien la négociation commerciale en anglais.

Evaluation C12 :

Projet de groupe : sur la base d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidat.es travaillent en groupe sur la création et la réactualisation des outils de communication de l'entreprise. Dans un second temps, ils sont chargés, pour le compte de cette même entreprise, de la création d'un événement oenotouristique à destination des commerciaux des distributeurs de l'entreprise à l'étranger.

Evaluation C13 :

Etude de cas : À partir de données chiffrées sur les résultats commerciaux d'une entreprise de la filière vins et spiritueux, le candidat réalise une analyse des performances commerciales de celle-ci et propose des axes d'améliorations pour l'exercice à venir.

RNCP36392BC03 — Administration des ventes export de vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

C14. Construire un plan de transport international pour acheminer les vins et spiritueux dans le respect des contraintes de coûts, délais et intégrité de la marchandise, en :

- négociant auprès des prestataires de transport
- sélectionnant le mode et la condition de transport adaptés
- choisissant une assurance de transport adaptée
- respectant la politique environnementale de l'entreprise (bio/RSE..)

C15. Mettre la marchandise en conformité avec les douanes pour constituer la liasse documentaire export et favoriser

la sortie du territoire douanier communautaire, en :

- rédigeant des documents internes spécifiques (facture, liste de colisage, certificat d'embouteillage...)
- sollicitant les organismes habilités à éditer les documents externes (certificat d'analyse, certificat d'origine..)
- en créant et éditant les DAE (document administratif électronique)

C16. Evaluer les risques pays/clients dans le but d'anticiper les complications liées aux exportations, en :

- effectuant une veille auprès des agences de notations compétentes et de la presse internationale
- anticipant les risques de change avec des techniques de couverture adaptées
- garantissant ses risques de non paiement avec une technique de couverture ou une assurance adaptée

C17. Identifier le cadre juridique de la vente internationale afin de définir les termes du contrat de vente, en :

- rédigeant des clauses contractuelles en conformité avec les conventions internationales (convention de Vienne, ICC)
- sélectionnant un moyen de paiement efficace et sécurisé (virement SWIFT, Crédit documentaire...)
- choisissant un droit applicable et un tribunal compétent

C18. Elaborer une offre commerciale export qui servira de base de négociation afin d'éviter tout malentendu préjudiciable à un bon accord commercial, en :

- s'adressant à une personne dénommée
- tenant compte de la stratégie commerciale
- proposant une offre complète et limitée dans le temps
- rédigeant une offre adaptée à chaque situation
- établissant une offre adaptée aux quantités achetées et aux coûts logistiques (Incoterms)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation C14 :

Mise en situation professionnelle : Sur la base de données commerciales issues d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidat.es doivent élaborer un plan de transport pour un marché export spécifique. Le dossier technique présente des recommandations sur les choix logistiques à opérer depuis l'emballage des produits jusqu'aux modes de transport à envisager. Chacune des recommandations sera chiffrée afin d'établir une grille tarifaire export selon les principaux incoterms (Ex-cellar, FOB, CIF & DDP)

Evaluation C15 :

Mise en situation professionnelle :

Après avoir analysé une liasse documentaire export d'une vente de vins ou spiritueux à l'international - et éventuellement corrigé celle-ci - les candidat.es simulent dans la plateforme test douanière gamm@ le document douanier à éditer pour mettre en conformité douanière la marchandise.

Evaluation C16 :

Mise en situation professionnelle :

Sur la base de données d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidat.es effectuent des recherches sur un pays dans le but d'identifier les éventuels risques à l'international. Ils proposent ensuite des techniques d'assurances et des solutions bancaires adaptées pour sécuriser leurs transactions.

Evaluation transversale des compétences C17/C18

Etude de cas : A partir d'une documentation commerciale d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidats doivent analyser les conditions générales de vente export (CGVE) et les modèles d'offres commerciales existantes au sein de celle-ci. Les candidat.es doivent mettre en avant les points de risques et/ou les clauses et mentions manquantes, puis, proposent, le cas échéant une nouvelle formulation.

RNCP36392BC04 — Management d'une équipe commerciale interculturelle en vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

C19. Organiser la stratégie commerciale de l'entreprise en objectifs individuels et collectifs pour transmettre et fédérer les équipes, en :

- fixant des objectifs selon la méthodologie SMART
- analysant les contraintes culturelles et/ou distancielles
- répartissant le travail selon les degrés d'autonomie de chacun

C20. Piloter les équipes commerciales dans le but de les fédérer autour d'un projet et d'une ambition commune, en :

- animant des réunions dynamiques et captivantes en présentiel et/ou distanciel
- organisant des événements d'incentive
- promouvant les diversités culturelles et les pratiques inclusives
- gérant les conflits pouvant survenir

- supervisant le travail produit

C21. Appliquer les modalités de communication managériales dans un contexte interculturel afin de pérenniser les relations de travail à l'internationale, en :

- évaluant les compétences des membres de l'équipe
- recrutant des collaborateurs en français et en anglais
- réalisant des entretiens annuels d'évaluations adaptés à la culture de chacun
- mettant en place au quotidien des modes de communication active interculturels écrits et oraux
- communiquant à sa direction et DRH les éventuels dysfonctionnements du management interculturel mis en place.

C22. Cultiver les compétences de ses collaborateurs dans le but de favoriser leur épanouissement au travail, développer leur motivation et leur performance, en :

- répondant aux besoins de l'entreprise et des salariés en matière d'évolution de poste
- identifiant les besoins de formation
- établissant des plans de formation tenant compte des contraintes budget/pays.

C23. Contrôler l'application des dispositifs réglementaires par les collaborateurs évoluant à l'international, en :

- élaborant des fiches de bonnes pratiques en matière d'hygiène lors des dégustations
- diffusant une information sur les risques liés à la consommation d'alcool
- protégeant la santé et la sécurité des partenaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation transversale des compétences C19/C20

Mise en situation professionnelle : après avoir pris connaissance de la documentation commerciale et financière (bilans et perspectives statistiques) d'une entreprise réelle ou fictive de la filière vins et spiritueux, les candidat.es doivent préparer une réunion d'équipe où seront présentés les objectifs de chacun.

Evaluation transversale des compétences C21/C22

Jeu de rôle : Sur la base d'un contexte managérial d'une entreprise de la filière vins et spiritueux, les candidat.es doivent rédiger une offre d'emploi en anglais, pour le recrutement d'un collaborateur commercial à l'étranger. Selon le cas d'espèce, il peut être demandé au/à la candidat.e d'avoir rédigé en amont de cet entretien des process sur les bonnes pratiques interculturelles à mettre en place dans le pays d'embauche concerné. Également, une analyse RH de l'équipe en place et un plan de formation doit être proposé.

Dans un deuxième temps, le/la candidat.e est placé.e en jeu de rôle d'entretien de recrutement.

Evaluation C23

Mise en situation professionnelle : Sur la base d'un corpus documentaire présentant le contexte d'une équipe commerciale basée à l'étranger pour une entreprise de la filière vins et spiritueux, le/la candidat.e rédige des notes d'informations sur les bonnes pratiques à mettre en place concernant l'hygiène et la sécurité.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable Export des Vins et Spiritueux, par définition, exerce son métier dans le secteur des vins et spiritueux. Ce secteur est caractérisé par des entreprises de toutes tailles et de tous types qui produisent, transforment et/ou vendent ces différentes catégories de produits : vins tranquilles, vins effervescents, spiritueux, liqueurs, vins aromatisés, vins d'apéritif, bières, etc.

Le Responsable Export des Vins et Spiritueux peut exercer ses fonctions dans une grande variété d'entreprises, depuis le producteur jusqu'au consommateur final :

- domaines viticoles et exploitations particulières
- caves coopératives
- négociants et courtiers
- distilleries
- brasseries
- enseignes de la grande distribution
- sites de vente en ligne spécialisée
- syndicats professionnels et institutions
- agences de marketing et de communication spécialisée
- importateurs ou distributeurs directement sur la zone commerciale à l'étranger

Le métier et les fonctions du titre de Responsable Export des Vins et Spiritueux peuvent s'exercer dans toutes les

entreprises du secteur, peu importe leur taille.

Enfin, les missions du Responsable Export des Vins et Spiritueux peuvent s'exercer pour son propre compte au travers de missions de conseils pour des entreprises du secteur des vins et spiritueux ou sous le statut d'agent commercial export.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les types d'emplois accessibles avec le titre de Responsable Export des Vins et Spiritueux sont les suivants :

- Commercial export / Responsable commercial export
- Chef.fe de zone export / Export Manager
- Brand Ambassador / International Brand Manager
- Administrateur.trice des ventes export / Gestionnaire ADV
- Sales & trade Manager
- Key Account Manager / Responsable commercial comptes clés
- Chef.fe de produit international
- Consultant.e en développement export
- Responsable développement commercial et œnotourisme
- Event Manager

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les pré-requis pour accéder aux dispositifs pour les étudiant.es sont :

Parcours en 2 ans :

Les étudiant.es qui souhaitent intégrer le parcours de certification en 2 ans doivent être titulaires d'un diplôme de niveau 6 ou équivalent, de préférence dans une spécialisation commerciale, marketing, langues étrangères, management et tourisme.

Parcours en 1 an :

Les étudiant.es peuvent également intégrer le parcours pour une dernière année d'étude spécialisée. La formation se réalisant alors sur une année universitaire. Les étudiants souhaitant effectuer cette année de spécialisation doivent se prévaloir d'un niveau d'étude Bac+4 minimum dans les spécialités précédemment citées.

Conditions d'accès :

Après étude du dossier de candidature (notes et appréciations du corps enseignant des années antérieures, lettre de motivation, CV), les candidat.es sont convoqué.es à une sélection avec les épreuves suivantes :

- Etude de cas - 1h30 : test écrit de synthèse portant sur un corpus documentaire sur l'actualité de la filière avec des recommandations commerciales à rédiger en anglais.

- Entretien de motivation - 30mn :

entretien de motivation bilingue français/anglais conduit comme un entretien de recrutement professionnel. Cet entretien a pour but de déceler la personnalité commerciale du candidat et de valider sa motivation à travailler dans la filière.

La pertinence et la cohérence du parcours, ainsi que la motivation de vouloir travailler dans le secteur du vin au travers d'un projet professionnel construit, sont des critères primordiaux de sélection.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury délivrant le titre de Responsable Export des Vins et Spiritueux est désigné par la direction de l'Institut Supérieur du Vin.

Il est composé de 4 personnes et comme suit :

? la responsable pédagogique de l'Institut Supérieur du Vin, présidente du jury.

? un intervenant de l'Institut Supérieur du Vin, formateur professionnel en activité.

? deux professionnels de la filière vins et spiritueux (salarié ou employeur représentant de la profession ou membre des partenaires institutionnels).

Les membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification représentent 50% du jury.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury délivrant le titre de

Responsable Export des Vins et Spiritueux est désigné par la direction de l'Institut Supérieur du Vin.

Il est composé de 4 personnes et comme suit :

? la responsable pédagogique de l'Institut Supérieur du Vin, présidente du jury.

? un intervenant de l'Institut Supérieur du Vin, formateur professionnel en activité.

? un professionnel salarié exerçant le métier visé.

? un employeur représentant de la profession.

Les membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification représentent 50% du jury.

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	6 205 €
Prise en charge	Branches concernées
6 205 €	Valeur par défaut · 213 branches

Base légale

Date de décision	25/04/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/04/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	27	0	79 %	87 %
2018	27	0	87 %	91 %
2017	21	0	88 %	94 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP31992

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
www.isvin.fr

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36392/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	10 900 €
Durée	1380 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 09/2027

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	1
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	100 %

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	10 900 €
Coût moyen par dossier	10 900 €
Durée moyenne	1380 h
Période	09/2023
Reste à charge titulaire	74 %
France compétences	26 %

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