

Chef de projets marketing et commerce des vins et spiritueux

RNCP37168 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	21540, 34071
Code(s) ROME	M1705, M1707, D1406, D1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	14/12/2022
Date d'échéance	14/12/2024

Certificateur(s)

INSTITUT SUPERIEUR DU VIN · SIRET : 79506862600030

INSTITUT SUPERIEUR DU VIN · SIRET : 79506862600048

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chef de Projets Marketing et Commerce des Vins et Spiritueux accompagne le cycle de vie d'un produit ou d'une gamme dans le but de développer les ventes et la notoriété de l'entreprise. Pour ce faire, ses missions sont polyvalentes. Il assure l'ensemble des fonctions marketing et commerciales de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

Réaliser une veille et une analyse du marché des vins et spiritueux
 Concevoir des actions marketing et établir des stratégies de développement pour une entreprise des vins et spiritueux
 Communiquer sur une offre de vins et spiritueux dans le respect de la loi Evin
 Elaborer une stratégie de distribution dans une zone géographique donnée
 Développer un réseau commercial sur une zone géographique donnée
 Piloter l'activité commerciale en ligne d'une entreprise des vins et spiritueux
 Manager la relation client dans la filière vins et spiritueux
 Développer les activités oenotouristiques d'une entreprise des vins et spiritueux
 Gérer un point de vente spécialisé dans les vins et spiritueux
 Représenter une marque de vins et/ou spiritueux lors d'événements professionnels en France ou à l'étrange
 Concevoir des animations commerciales sur les réseaux de vente
 Piloter la logistique et le transport des vins et spiritueux
 Organiser l'administration des ventes de vins et spiritueux
 Manager le travail des équipes de vente spécialisée en vins et spiritueux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser l'environnement d'une entreprise des vins et spiritueux pour apprécier les potentialités d'évolution du marché.
 Concevoir une étude de marché dans un environnement complexe afin de proposer des produits et des gammes en accord avec les tendances des marchés des vins et spiritueux.
 Elaborer un mix marketing (produit, prix, distribution, communication) cohérent avec le positionnement de l'entreprise afin d'atteindre les cibles de clients identifiées.

Elaborer un plan de communication à 360° pour les activités et les produits de l'entreprise dans le respect de la réglementation.

Concevoir la stratégie digitale d'une entreprise des vins et spiritueux dans le but d'accroître sa présence en ligne

Mettre en oeuvre une stratégie commerciale dans un secteur géographique donné afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés.

Organiser le développement commercial d'une gamme de vins et/ou de spiritueux, dans le but d'en assurer les performances commerciale :

Structurer la présence digitale de ses gammes de vins et spiritueux pour développer un trafic qualifié et booster les ventes en ligne.

Planifier l'ensemble de l'expérience d'achat dans le but de générer de la satisfaction, de la fidélisation et de l'engagement client

Créer des projets d'événementiel oenotouristique pour développer le chiffre d'affaires et la notoriété de la structure.

Piloter un point de vente spécialisé en vins et spiritueux dans le but de proposer une expérience d'achat différenciante et de stimuler les ventes.

Conduire des présentations de l'entreprise et de ses produits dans le but d'en accroître la notoriété.

Imaginer des animations commerciales sur les réseaux off trade pour améliorer la visibilité de ses produits.

Organiser la logistique des transports dans le but d'assurer la disponibilité des produits.

Concevoir une politique de transport et de distribution respectueuse de la RSE afin de prendre en considération les enjeux environnementaux.

Constituer les documents administratifs de produits soumis à accises et effectuer un suivi des ventes pour augmenter les marges et la rentabilité de l'entreprise.

Piloter l'activité d'une équipe de vente dans le secteur des vins et spiritueux dans le but d'améliorer les performances individuelles et collectives

Blocs de compétences

RNCP37168BC01 — Bloc de compétences 1 : Stratégie marketing des vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'environnement d'une entreprise des vins et spiritueux pour apprécier les potentialités d'évolution du marché

Concevoir une étude de marché dans un environnement complexe afin de proposer des produits et des gammes en accord avec les tendances des marchés des vins et spiritueux

Elaborer un mix marketing (produit, prix, distribution, communication) cohérent avec le positionnement de l'entreprise afin d'atteindre les cibles de clients identifiées

Elaborer un plan de communication à 360° pour les activités et les produits de l'entreprise dans le respect de la réglementation

Concevoir la stratégie digitale d'une entreprise des vins et spiritueux dans le but d'accroître sa présence en ligne

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Mises en situation professionnelle

RNCP37168BC02 — Bloc de compétences 2 : Stratégie commerciale des vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en oeuvre une stratégie commerciale dans un secteur géographique donné afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés

Organiser le développement commercial d'une gamme de vins et/ou de spiritueux, dans le but d'en assurer les performances commerciale

Structurer la présence digitale de ses gammes de vins et spiritueux pour développer un trafic qualifié et booster les ventes en ligne

Planifier l'ensemble de l'expérience d'achat dans le but de générer de la satisfaction, de la fidélisation et de l'engagement client

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas

Mises en situation professionnelle

RNCP37168BC03 — Bloc de compétences 3 : Œnotourisme et promotion des ventes

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer des projets d'événementiel œnotouristique pour développer le chiffre d'affaires et la notoriété de la structure.
Piloter un point de vente spécialisé en vins et spiritueux dans le but de proposer une expérience d'achat différenciante et de stimuler les ventes
Conduire des présentations de l'entreprise et de ses produits dans le but d'en accroître la notoriété
Imaginer des animations commerciales sur les réseaux off trade pour améliorer la visibilité de ses produits

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet
Mise en situation professionnelle
Mises en pratique professionnelle

RNCP37168BC04 — Bloc de compétences 4 : Gestion administrative et managériale

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser la logistique des transports dans le but d'assurer la disponibilité des produits
Concevoir une politique de transport et de distribution respectueuse de la RSE afin de prendre en considération les enjeux environnementaux
Constituer les documents administratifs de produits soumis à accises et effectuer un suivi des ventes pour augmenter les marges et la rentabilité de l'entreprise
Piloter l'activité d'une équipe de vente dans le secteur des vins et spiritueux dans le but d'améliorer les performances individuelles et collectives

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle
Etude de cas

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Chef de Projets Marketing et Commerce 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 Chef de Projets Marketing et Commerce des Vins et Spiritueux peut exercer ses fonctions dans une grande variété d'entreprises, depuis le producteur jusqu'au consommateur final :

- domaines et exploitations particulières
- caves coopératives
- négociants et courtiers
- distilleries
- brasseries
- cavistes
- grande distribution
- CHR (café, hôtel, restaurant)
- sites de vente en ligne spécialisée
- syndicats professionnels
- agences de marketing et de communication spécialisée

La polyvalence et la technicité du Chef de Projets Marketing et Commerce des Vins et Spiritueux peuvent également être plébiscitées dans les entreprises annexes du secteur viti-vinicole telles que la logistique, les étiquettes, les bouchons, les emballages, la tonnellerie.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Responsable marketing et commercial ;
- Responsable marketing et communication ;
- Responsable commercial ;

- Responsable achat food & beverage ;
- Responsable caviste ;
- Responsable caviste-sommelier ;
- Chef développement ;
- Chargé de développement commercial ;
- Commercial [polyvalent] (pour une petite structure spécialisée le domaine des vins et spiritueux).

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 935 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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)	30 976
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'un diplôme ou d'une certification de niveau 5, idéalement, dans l'un des domaines suivants :

- commerce international, communication, tourisme, NRC, MUC...
- viti-oeno, technico commercial des vins et spiritueux ;
- techniques de commercialisation ;
- sciences économiques, AES, LEA...

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

Il est composé de :

- 1 représentant de l'organisme certificateur ;
- 2 professionnels de la filière vins et spiritueux (extérieurs à l'organisme certificateur).

Les membres de jury ne doivent avoir aucun lien personnel ou professionnel avec le candidat.

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	8 793 €
Selon la branche	6 000 € – 8 793 €

Prise en charge	Branches concernées
8 793 €	Valeur par défaut · 207 branches
7 845 €	CPNE Casinos, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP hôtellerie de plein air
7 131 €	CPNEFP Import-Export
6 440 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	14/12/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	14/12/2024
Date de dernière délivrance possible	14/12/2028

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	24	0	100 %	—
2020	20	0	100 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36125

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40600

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.isvin.fr/formations/bachelor-commerce-et-marketing-du-vin/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37168/>