

Chef de projets marketing et commerce des vins et spiritueux

RNCP40600 · 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	30/04/2025
Date d'échéance	30/04/2028

Certificateur(s)

INSTITUT SUPERIEUR DU VIN · SIRET : 79506862600048

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier de Chef de projets marketing et commerce des vins et spiritueux est un rôle clé au sein de l'industrie des boissons alcoolisées, exigeant à la fois une expertise marketing approfondie et une connaissance pointue du secteur viticole et des spiritueux.

Le chef de projets marketing et commerces des vins et spiritueux est chargé de superviser et de coordonner toutes les activités liées à la promotion, à la commercialisation et à la distribution des produits, cela comprend la gestion de l'ensemble du cycle de vie du produit, depuis sa conception et son développement jusqu'à sa mise sur le marché et son suivi post-lancement.

Le métier de chef de projet marketing et commerce des vins et spiritueux est un rôle complexe et multidimensionnel qui nécessite une combinaison de compétences techniques, créatives, et stratégiques. Les évolutions technologiques, les exigences croissantes en matière de durabilité, et l'importance de la dimension commerciale imposent à ce professionnel de s'adapter continuellement et d'innover. En développant et en intégrant ces compétences, le chef de projet pourra non seulement répondre aux attentes des consommateurs mais aussi garantir la compétitivité et le succès de l'entreprise dans un marché en constante évolution.

ACTIVITÉS VISÉES

Evaluation de l'environnement d'une entreprise du secteur des vins et spiritueux

Création d'un produit/une gamme dans l'univers des vins et spiritueux

Conception d'un plan de communication dans le respect de la loi Evin

Elaboration d'un plan d'action commercial pour une entreprise des vins et spiritueux

Négociation commerciale visant au référencement d'une gamme de vins et/ou spiritueux

Pilotage de l'activité commerciale sur les réseaux de distribution physiques et digitaux

Organisation du travail d'équipes de vente dans le secteur des vins et spiritueux

Représentation d'une marque de vins et spiritueux lors d'événements professionnels

Création d'événements oenotouristique à destination des particuliers ou des professionnels

Organisation et théâtralisation d'un point de vente spécialisé dans les vins et spiritueux

Organisation

de la logistique et du transport de vins et spiritueux

Organisation de l'administration des ventes de vin et spiritueux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser l'environnement d'une entreprise des vins et spiritueux pour apprécier les potentialités d'évolution du marché
Analyser les caractéristiques d'un marché cible afin de proposer des gammes de produits vin et/ou spiritueux en accord avec les attentes de consommateurs
Définir un positionnement marketing dans le but de se démarquer des entreprises concurrentes et d'avoir une offre claire
Concevoir un marketing mix cohérent avec le positionnement de l'entreprise et son marché afin d'atteindre les cibles de clients identifiées
Créer un plan de communication à 360° pour les activités et les produits de l'entreprise dans le respect du plan marketing préalablement défini
Déployer la communication digitale d'une entreprise des vins et spiritueux dans le but d'augmenter sa visibilité en ligne
Définir un plan d'action commercial de manière à retranscrire la stratégie de développement construite avec la direction
Mettre en œuvre le plan d'action commercial afin d'atteindre les objectifs commerciaux précédemment défini
Construire une stratégie de négociation commerciale dans le but de conclure la vente et de parvenir à un accord commercial
Développer une politique de la relation client afin de fidéliser la clientèle et développer des relations sur le long terme
S'assurer de la mise à disposition de son offre commerciale sur ses points de vente off et on trade pour tous les publics, y compris en situation de handicap, dans le but d'augmenter les performances commerciales
Concevoir la présence digitale de ses gammes de vins et spiritueux dans le but de développer un trafic qualifié et booster ses ventes en ligne
Manager une équipe de vente dans le secteur des vins et spiritueux dans le but d'améliorer les performances individuelles et collectives
Superviser une équipe d'agent commerciaux dans les vins et spiritueux dans le but de maximiser les ventes
Sélectionner des événements physiques (salons, foires...), des partenaires ou des animations digitales au cours desquelles présenter ses produits afin d'améliorer la visibilité de ses produits
Mener des présentations de l'entreprise et de ses produits en français et en anglais dans le but de promouvoir la marque et ses produits
Développer une proposition oenotouristique pour augmenter le chiffre d'affaires de la structure et sa notoriété
Organiser des événements professionnels en distanciel ou en présentiels dans le but d'animer une communauté de prescripteurs ou de partenaires
Organiser un point de vente spécialisé en vin et spiritueux dans le but de proposer une expérience d'achat différenciantes et de stimuler les ventes
Concevoir une politique de transport et de distribution respectueuse de la RSE afin de prendre en considération les enjeux environnementaux
Organiser la logistique des transports dans le but d'assurer la disponibilité des produits
Produire des documents douaniers conformes à la réglementation en vigueur pour faciliter le transport et les démarches administratives
Gérer la facturation, les avoirs clients ainsi que les impayés ou les litiges éventuels afin de prévenir les litiges
Effectuer le suivi des performances de l'offre pour proposer des recommandations afin d'améliorer la rentabilité

Blocs de compétences

RNCP40600BC01 — Elaborer une stratégie marketing dans le secteur 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 : en considérant les évolutions macro environnementales (opportunités et menaces), en collectant des informations auprès d'organismes spécialisés dans la filière, en appréciant les informations collectées (fiabilité, récence), en diagnostiquant l'entreprise (forces et faiblesses).
Analyser les caractéristiques d'un marché cible afin de proposer des gammes de produits vin et/ou spiritueux en accord avec les attentes de consommateurs : en évaluant l'offre disponible sur le marché, en qualifiant la demande et les attentes des consommateurs, en établissant un profil de client type (buyer persona) pour chaque segment, en appréhendant les évolutions et les tendances.

Définir un positionnement marketing dans le but de se démarquer des entreprises concurrentes et d'avoir une offre claire : en identifiant ses concurrents, en proposant des axes de différenciation crédibles, en intégrant l'image de marque de l'entreprise, en schématisant l'univers de référence imaginé via une carte perceptuelle (mapping).

Concevoir un marketing mix cohérent avec le positionnement de l'entreprise et son marché afin d'atteindre les cibles de clients identifiées : en élaborant des vins et spiritueux adaptés aux goûts des consommateurs, en sélectionnant un packaging responsable avec des étiquettes conformes à la réglementation, en proposant une politique de prix en cohérence avec le positionnement de l'entreprise et ses coûts de revient, en proposant des actions de communications adaptées et en conformité avec la loi Evin, en sélectionnant des canaux de distribution On (HoReCa) et Off (GMS, caviste...) trade adaptés, en déterminant des indicateurs de suivi.

Créer un plan de communication à 360° pour les activités et les produits de l'entreprise dans le respect du plan marketing préalablement défini : en identifiant les objectifs et les cibles de communication, en définissant des canaux de communication et des messages conformes à la législation, en intégrant les nouveaux outils digitaux (IA, réalité augmentée, QR code...), en définissant le calendrier des actions, en assurant l'accessibilité des supports de communication, en déterminant des indicateurs de suivi.

Déployer la communication digitale d'une entreprise des vins et spiritueux dans le but d'augmenter sa visibilité en ligne : en créant du contenu en accord avec le storytelling et l'identité de la marque (newsletter, blog, éditorial réseaux sociaux...), en développant une communauté de marque, en veillant à l'e-réputation et à l'accessibilité de ses contenus, en contrôlant le budget et les ressources alloués, en déterminant des indicateurs de suivi.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel portant sur la réalisation d'une étude de marché et d'un diagnostic d'entreprise / une étude des attentes consommateurs / une étude de la marque

Mises en situation professionnelles portant sur l'élaboration d'un assemblage pour une cuvée à créer / proposition d'un plan de communication pour un produit ou une gamme de vins et/ou spiritueux / proposition d'une stratégie éditoriale en ligne

RNCP40600BC02 — Définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale dans le secteur des vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Définition d'un plan d'action commercial de manière à retranscrire la stratégie de développement construite avec la direction : en analysant le portefeuille client existant (segmentation RFM, Pareto...), en ciblant de nouveaux prospects sur les réseaux sélectionnés, en évaluant l'attractivité qualitatives et quantitatives de chaque prospect, en concevant un plan de prospection budgétisé, en organisant un suivi des indicateurs de résultats définis.

Mettre en œuvre le plan d'action commercial afin d'atteindre les objectifs commerciaux précédemment défini : en précisant des actions opérationnelles pour chaque type de client, en répartissant les moyens humains et financiers, en définissant des échéances, en ajustant le PAC selon les résultats obtenus.

Construire une stratégie de négociation commerciale dans le but de conclure la vente et de parvenir à un accord commercial : en analysant les besoins du client, en préparant une offre commerciale sur mesure, en concevant un argumentaire commercial adapté aux clients et produits (storytelling, terroir, pratique culturelle, dégustation, vinification/distillation...), en évitant les ruptures lors du traitement des objections, en proposant un closing permettant la satisfaction réciproque.

Développer une politique de la relation client afin de fidéliser la clientèle et développer des relations sur le long terme : en implémentant les informations dans une base de donnée type CRM, en mettant en place des enquêtes de satisfaction, en proposant un programme de fidélité, en traitant les réclamations.

S'assurer de la mise à disposition de son offre commerciale sur ses points de vente off et on trade pour tous les publics, y compris en situation de handicap, dans le but d'augmenter les performances commerciales : en anticipant les besoins en approvisionnement de ses distributeurs, en proposant des nouveaux assortiments grâce au suivi des performances commerciales, en pratiquant un visual merchandising inclusif, en développant une politique de distribution phygitale (click & collect, AR, géolocalisation produit, bornes interactives...).

Concevoir la présence digitale de ses gammes de vins et spiritueux dans le but de développer un trafic qualifié et booster ses ventes en ligne : en s'assurant de la disponibilité de ses produits auprès des partenaires sélectionnés (caviste en ligne et market place), en optimisant le référencement de sa boutique en ligne, en veillant à la disponibilité des produits et à la mise à jour des informations, en veillant à l'accessibilité web (principe du RGAA), en organisant le suivi et le reporting des performances.

Manager une équipe de vente dans le secteur des vins et spiritueux dans le but d'améliorer les performances individuelles et collectives : en planifiant les activités en tenant compte des besoins de chaque membre de l'équipe, y

compris ceux en situation de handicap, en supervisant le travail des collaborateurs dans le respect des obligations sociales en matière de santé et de sécurité des salariés, en recrutant de nouveaux collaborateurs selon les besoins, en favorisant la diversité et l'inclusion dans le processus de recrutement, en évaluant les performances individuelles avec des critères équitables et transparents, en mettant en place des actions favorisant l'implication, la communication et la montée en compétences des membres, en sensibilisant aux risques liés à la consommation d'alcool, en assurant l'accessibilité des supports et outils de travail pour tous les membres de l'équipe, y compris ceux en situation de handicap.

Superviser une équipe d'agent commerciaux dans les vins et spiritueux dans le but de maximiser les ventes : en s'assurant qu'il dispose du matériel commercial à jour (plaquettes, échantillons....), en transmettant les valeurs et le positionnement de l'entreprise, en fixant des objectifs qualitatifs et quantitatifs réalisables et suffisamment explicites pour maîtriser le réseau de distribution, en instaurant une relation de confiance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles portant sur l'élaboration d'un plan d'action commercial/ négociation commerciale/ proposition trade marketing pour ses produits / création d'une boutique de vente en ligne / gestion des équipes

RNCP40600BC03 — Contribuer au développement de la notoriété d'une marque du secteur des vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner des événements physiques (salons, foires...), des partenaires ou des animations digitales au cours desquelles présenter ses produits afin d'améliorer la visibilité de ses produits : en prenant en compte les objectifs des plans marketing et commerciaux, en fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs, en planifiant les actions et les moyens (humains, matériels et financiers), en chiffrant un budget pour chaque action

Mener des présentations de l'entreprise et de ses produits en français et en anglais dans le but de promouvoir la marque et ses produits

: en respectant le positionnement de l'entreprise, en analysant les informations techniques des produits, en conduisant des dégustations dans le respect des conditions d'hygiène et de sécurité et de dégustation responsable, en informant sur les caractéristiques propres aux produits (assemblages, terroir, vinification, dégustation, mets et vins, garde, service...).

Développer une proposition oenotouristique pour augmenter le chiffre d'affaires de la structure et sa notoriété : en imaginant des événements différenciants et correspondants au positionnement de l'entreprise, en fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs, en élaborant un plan de communication de l'évènement, en pilotant les prestataires et les budgets, en veillant au respect de normes administratives, d'hygiène et aux principes de la dégustation responsable, en anticipant les obligations inhérentes aux personnes en situation de handicap, en analysant les retombées pour proposer des actions correctives.

Organiser des événements professionnels en distanciel ou en présentiels dans le but d'animer une communauté de prescripteurs ou de partenaires : en proposant des événements cohérents avec la cible, en élaborant des contenus adaptés et accessibles pour toute personne y compris en situation de handicap, en pilotant le budget alloué, en étant attentif à l'impact environnemental de l'évènement, en veillant à ce que les principes de la consommation responsable soit appliqués, en mesurant les ROI.

Organiser un point de vente spécialisé en vin et spiritueux dans le but de proposer une expérience d'achat différenciante et de stimuler les ventes : en organisant l'offre sur l'espace de vente, en construisant un plan merchandising, en prenant en compte l'accessibilité handicap (norme ERP), en incluant des outils digitaux favorisant l'expérience et l'accessibilité, en élaborant des affichages conformes à la législation propres aux boissons alcoolisées, en mettant en place des actions de fidélisation, en proposant des ratios de suivi.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas portant sur

un plan annuel de participation à des événements physiques ou digitaux

Mises en situation professionnelles portant sur la présentation d'une gamme de produits/ création d'une proposition oenotouristique/ création d'une proposition d'évènement BtoB

/ un diagnostic merchandising in situ incluant une proposition d'amélioration

RNCP40600BC04 — Piloter la gestion administrative et financière d'une offre dans le secteur des vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une politique de transport et de distribution respectueuse de la RSE afin de prendre en considération les enjeux environnementaux : en négociant auprès des prestataires de transport, en privilégiant des solutions de transport durable, en intégrant à ses contraintes l'empreinte carbone, en imaginant des solutions concernant "le dernier kilomètre"

Organiser la logistique des transports dans le but d'assurer la disponibilité des produits : en anticipant les demandes, en respectant les contraintes propres aux vins et spiritueux (accises, DAES/DAE), en prenant en compte les contraintes inhérentes aux caractéristiques des produits (températures, fragilité), en sélectionnant des transporteurs et une assurance appropriés, en assurant le suivi des envois

Produire des documents douaniers conformes à la réglementation en vigueur pour faciliter le transport et les démarches administratives : en veillant aux évolutions de la réglementation, en sollicitant les organismes chargés de la rédaction de documents externes (certificats d'analyse, d'origine...), en élaborant des documents douaniers conformes à la législation en vigueur concernant les accises.

Gérer la facturation, les avoirs clients ainsi que les impayés ou les litiges éventuels afin de prévenir les litiges: en rédigeant des contrats de vente, en élaborant des documents comptables conformes à la législation en vigueur concernant les accises, en anticipant les litiges éventuels.

Effectuer le suivi des performances de l'offre pour proposer des recommandations afin d'améliorer la rentabilité : en consolidant et analysant les résultats, en assurant un reporting auprès de la direction (dépenses, CA, marges...), élaborant un budget prévisionnel pour n+1, Anticiper les risques (techniques, financiers, juridiques, contractuels, clients...), en proposant des actions correctives et préventives.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles portant sur la présentation d'une solution logistique adaptée à la demande d'un client/ la production et mise en conformité de documents/ calcul et analyse ROI

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 tels que

: domaines et exploitations particulières, caves coopératives, négociants et courtisans, distilleries, brasseries, cavistes, grande distribution, CHR (café, hôtel, restaurant), sites de vente en ligne spécialisés, syndicats professionnels, agences de marketing et de communication spécialisées....

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

Responsable marketing et commercial
des vins et spiritueux

Responsable marketing et communication des vins et spiritueux

Responsable commercial des vins et spiritueux

Responsable de boutique spécialisée vins et spiritueux

Responsable Caviste

Chargé d'oenotourisme

Responsable oenotourisme et communication

Responsable caviste-sommelier

Chef de développement

Chargé de développement commercial

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

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En formation initiale ou en alternance : être titulaire d'un diplôme ou d'une certification de niveau 5, idéalement, dans l'un des domaines suivants : commerce international, communication, tourisme, CNRC, MUC..., viti-oeno, technico commercial des vins et spiritueux, techniques de commercialisation, sciences économiques, AES, LEA...

En formation continue :

- Être titulaire d'une certification de niveau 5, d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), dans l'un des domaines du commerce international, communication, tourisme, CNRC, MUC, viti-oeno, technico commercial des vins et spiritueux ; techniques de commercialisation, sciences économiques, AES, LEA
- Ou être titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum
- Ou être titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

Dérogations spécifiques : Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 4 membres dont deux professionnels externes exerçant dans le métier visé.

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

Le jury est composé de 4 membres dont deux professionnels externes exerçant dans le métier visé

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	30/04/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/04/2028
Date de dernière délivrance possible	30/04/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	48	1	96 %	—
2022	21	0	100 %	—
2021	24	0	100 %	—
2020	20	0	100 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37168

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36677, RNCP37168, RNCP38025, RNCP38604

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40600/>

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 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).