

Responsable commercial et marketing dans la filière vins et spiritueux (MS)

RNCP41794 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34513, 21540, 21511, 34071, 34085
Code(s) ROME	M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/12/2025
Date d'échéance	18/12/2030

Certificateur(s)

ESC DIJON-BOURGOGNE · SIRET : 82394575300015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable commercial et marketing dans la filière vins et spiritueux définit met en œuvre la stratégie commerciale et marketing d'une entreprise ou d'une marque de la filière, en étroite collaboration avec la direction générale. Il analyse les marchés, qu'ils soient nationaux ou internationaux, identifie les opportunités de développement et ajuste en permanence ses orientations pour accompagner les évolutions structurelles du secteur. Il développe et fidélise des portefeuilles clients, anime des réseaux de distribution, négocie des accords commerciaux parfois complexes, et pilote les actions de vente et de valorisation des produits, en cohérence avec les objectifs de croissance et les impératifs de montée en gamme fixés par l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

- Veille stratégique et réglementaire intégrant les enjeux de transition du secteur des vins et spiritueux
- Définition et planification d'une stratégie commerciale responsable
- Construction de l'identité de marque et de la stratégie marketing et communication adaptée aux vins et spiritueux.
- Valorisation et distribution des vins et spiritueux.
- Déploiement d'une stratégie commerciale adaptée aux circuits de distribution des vins et spiritueux.
- Gestion des relations commerciales et développement des ventes de vins et spiritueux
- Suivi de la satisfaction client et pilotage de la performance commerciale
- Conception, planification et gestion budgétaire d'un projet stratégique dans le domaine des vins et spiritueux
- Coordination éthique, suivi opérationnel et évaluation des performances du projet dans le domaine des vins et spiritueux de manière responsable

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Effectuer une veille stratégique sur l'environnement économique et concurrentiel en définissant une méthodologie de collecte et de traitement de l'information permettant d'analyser les tendances de consommation, les évolutions du marché et les attentes des consommateurs afin d'identifier les opportunités de développement commercial.
- Cartographier l'écosystème réglementaire national et international en intégrant les contraintes légales (AOC, IGP, douanes, taxes, loi Evin) et les exigences en matière de traçabilité, d'appellations d'origine et de certifications environnementales afin de garantir la conformité des opérations commerciales et marketing.
- Réaliser une étude de marché sectorielle en évaluant les comportements d'achat, les circuits de distribution et les

canaux de communication afin d'optimiser le positionnement des produits.

- Élaborer un diagnostic stratégique en croisant les données économiques, concurrentielles et réglementaires afin de définir des axes de croissance durables et des recommandations pour le développement commercial des vins et spiritueux.
- Déterminer les ressources nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie marketing et commerciale en identifiant les moyens humains, financiers, matériels et technologiques afin d'assurer la faisabilité du plan de développement commercial et marketing.
- Concevoir un plan d'actions commerciales structuré en définissant les priorités stratégiques, les échéances et les indicateurs de suivi afin de garantir une mise en œuvre efficace et mesurable des actions retenues.
- Concevoir une stratégie marketing et communication spécifique aux vins et spiritueux en utilisant les outils du marketing numérique adaptés au public ciblé afin de renforcer la visibilité et la notoriété des marques auprès des consommateurs et des professionnels.
- Élaborer un plan de communication intégré et différenciant sur les canaux visés en définissant les messages clés, en sélectionnant les formats adaptés et en valorisant l'identité de marque, tout en intégrant des messages de sensibilisation à la consommation responsable d'alcool, afin de fédérer les acteurs du marché autour des valeurs du produit et des engagements éthiques de l'entreprise.
- Gérer les relations presse et les partenariats avec les médias spécialisés en développant des actions de communication ciblées et en anticipant une éventuelle crise médiatique afin de renforcer l'image et la reconnaissance des produits et de la marque sur les marchés clés.
- Optimiser le référencement des produits en détaillant les caractéristiques techniques (cépage, terroir, vinification), les atouts commerciaux et les éléments de différenciation, dans le respect du cadre légal et réglementaire, afin d'améliorer leur visibilité auprès des distributeurs, prescripteurs et consommateurs.
- Évaluer la performance des actions marketing et communication en définissant des indicateurs de suivi afin d'optimiser les campagnes et d'assurer leur impact sur les ventes et l'image de marque des vins et spiritueux.
- Organiser des dégustations professionnelles et grand public en structurant des événements immersifs (salons, masterclasses, expériences œnotouristiques) et écoresponsables afin d'éduquer les consommateurs et développer la notoriété des produits vins et spiritueux.
- Définir une stratégie de distribution des vins et spiritueux en tenant compte des spécificités des canaux (cavistes, grande distribution, CHR, duty-free, e-commerce, export) afin d'optimiser la présence et la pénétration des produits sur les marchés cibles.
- Construire une politique tarifaire et promotionnelle cohérente en prenant en compte les coûts de production, la valorisation du terroir, les segments de marché (premium, milieu de gamme, entrée de gamme), la perception des consommateurs et la structure des marges des différents circuits de distribution afin d'optimiser la rentabilité des ventes.
- Négocier avec les distributeurs, importateurs et agents commerciaux en maîtrisant les enjeux contractuels, les pratiques de distribution spécifiques (allocations, exclusivités, marges arrière), ainsi que les contraintes logistiques et réglementaires afin d'assurer des accords profitables et durables.
- Développer un portefeuille clients vin et spiritueux en identifiant des actions de prospection ciblées, des programmes d'animation commerciale (soirées dégustation, formation des équipes de vente) afin de fidéliser la clientèle et maximiser les opportunités de vente.
- Piloter une offre export adaptée aux marchés internationaux en tenant compte des attentes spécifiques des consommateurs étrangers, des contraintes logistiques (douanes, taxes, incoterms) et des réglementations locales afin de sécuriser et développer les ventes à l'international.
- Piloter les opérations logistiques et la gestion des stocks de vins et spiritueux en tenant compte des spécificités du secteur afin d'assurer une disponibilité optimale des produits sur les différents marchés.
- Suivre la satisfaction client en mettant en place des outils de collecte de feedbacks (enquêtes, indicateurs de satisfaction, analyse des retours terrain) et en assurant un traitement réactif et efficace des réclamations afin d'améliorer l'expérience client et de renforcer la fidélisation.
- Assurer le suivi et l'analyse des indicateurs commerciaux en mettant en place des tableaux de bord de suivi des ventes, des performances des circuits de distribution et de la rentabilité des actions commerciales afin d'optimiser la prise de décision et d'ajuster les stratégies commerciales.
- Mettre en œuvre un projet de développement commercial ou marketing en définissant les objectifs, les étapes clés, les parties prenantes et les ressources nécessaires, afin de garantir le succès d'initiatives stratégiques telles que l'expansion sur un nouveau marché export, l'optimisation d'un circuit de distribution (on-trade, off-trade, cavistes, CHR) ou la diversification d'une gamme (nouveaux cépages, cuvées spéciales, spiritueux premium).

- Anticiper les risques liés au projet (réglementaires spécifiques aux vins et spiritueux, logistiques liés aux contraintes douanières ou à la gestion des stocks, financiers, réputationnels en cas d'incident qualité ou de critique médiatique) en mettant en place des plans d'action correctifs et des solutions alternatives, afin d'assurer la pérennité et la compétitivité des actions mises en place.
- Assurer la gestion budgétaire et financière du projet en suivant les coûts opérationnels, en anticipant les investissements nécessaires (campagnes de dégustation, actions de promotion sur salons, conception de packaging différenciant, logistique export avec taxes et droits spécifiques), et en optimisant les ressources disponibles pour maximiser la rentabilité et le retour sur investissement.
- Définir les rôles et responsabilités des équipes commerciales, marketing, logistique et production (œnologues, maîtres de chai, équipes terrain) afin de structurer la coordination du projet et d'assurer une répartition adaptée et efficace des tâches entre les acteurs internes et les partenaires externes (agents, importateurs, distributeurs).
- Adopter une posture managériale adaptée aux contextes interculturels et pluridisciplinaires, ainsi qu'aux besoins individuels notamment en matière de handicap le cas échéant, en mobilisant des pratiques de communication, de leadership, d'inclusion et de coopération favorisant l'engagement, la collaboration et la performance des équipes impliquées dans un projet de développement commercial ou marketing des vins et spiritueux, que ce soit sur les marchés locaux ou à l'export.
- Conduire l'évaluation et le suivi des performances du projet en mettant en place des indicateurs de réussite pertinents (évolution des volumes vendus, développement du chiffre d'affaires, pénétration de nouveaux circuits ou marchés, retour des prescripteurs et influenceurs) et en ajustant la stratégie de développement commercial des vins et spiritueux en fonction des résultats obtenus et des retours terrain (clients professionnels, sommeliers, distributeurs).

Blocs de compétences

RNCP41794BC01 — Construire une stratégie commerciale durable à partir de l'analyse de l'environnement de la filière vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Effectuer une veille stratégique sur l'environnement économique et concurrentiel en définissant une méthodologie de collecte et de traitement de l'information permettant d'analyser les tendances de consommation, les évolutions du marché et les attentes des consommateurs afin d'identifier les opportunités de développement commercial.

Cartographier l'écosystème réglementaire national et international en intégrant les contraintes légales (AOC, IGP, douanes, taxes, loi Evin) et les exigences en matière de traçabilité, d'appellations d'origine et de certifications environnementales afin de garantir la conformité des opérations commerciales et marketing.

Réaliser une étude de marché sectorielle en évaluant les comportements d'achat, les circuits de distribution et les canaux de communication afin d'optimiser le positionnement des produits.

Élaborer un diagnostic stratégique en croisant les données économiques, concurrentielles et réglementaires afin de définir des axes de croissance durables et des recommandations pour le développement commercial des vins et spiritueux.

Déterminer les ressources nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie marketing et commerciale en identifiant les moyens humains, financiers, matériels et technologiques afin d'assurer la faisabilité du plan de développement commercial et marketing.

Concevoir un plan d'actions commerciales structuré en définissant les priorités stratégiques, les échéances et les indicateurs de suivi afin de garantir une mise en œuvre efficace et mesurable des actions retenues.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Thèse professionnelle, mise en situation professionnelle simulée, rapport écrit.

RNCP41794BC02 — Piloter une stratégie marketing et communication adaptée aux vins et spiritueux

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une stratégie marketing et communication spécifique aux vins et spiritueux en utilisant les outils du marketing numérique adaptés au public ciblé afin de renforcer la visibilité et la notoriété des marques auprès des consommateurs et des professionnels.

Élaborer un plan de communication intégré et différenciant sur les canaux visés en définissant les messages clés, en sélectionnant les formats adaptés et en valorisant l'identité de marque, tout en intégrant des messages de sensibilisation à la consommation responsable d'alcool, afin de fédérer les acteurs du marché autour des valeurs du

produit et des engagements éthiques de l'entreprise.

Gérer les relations presse et les partenariats avec les médias spécialisés en développant des actions de communication ciblées et en anticipant une éventuelle crise médiatique afin de renforcer l'image et la reconnaissance des produits et de la marque sur les marchés clés.

Optimiser le référencement des produits en détaillant les caractéristiques techniques (cépage, terroir, vinification), les atouts commerciaux et les éléments de différenciation, dans le respect du cadre légal et réglementaire, afin d'améliorer leur visibilité auprès des distributeurs, prescripteurs et consommateurs.

Évaluer la performance des actions marketing et communication en définissant des indicateurs de suivi afin d'optimiser les campagnes et d'assurer leur impact sur les ventes et l'image de marque des vins et spiritueux.

Organiser des dégustations professionnelles et grand public en structurant des événements immersifs (salons, masterclasses, expériences œnotouristiques) et écoresponsables afin d'éduquer les consommateurs et développer la notoriété des produits vins et spiritueux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle réelle ou simulée, rapport écrit, jeu de rôles, oral

RNCP41794BC03 — Déployer la stratégie commerciale des vins et spiritueux en France et à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir une stratégie de distribution des vins et spiritueux en tenant compte des spécificités des canaux (cavistes, grande distribution, CHR, duty-free, e-commerce, export) afin d'optimiser la présence et la pénétration des produits sur les marchés cibles.

Construire une politique tarifaire et promotionnelle cohérente en prenant en compte les coûts de production, la valorisation du terroir, les segments de marché (premium, milieu de gamme, entrée de gamme), la perception des consommateurs et la structure des marges des différents circuits de distribution afin d'optimiser la rentabilité des ventes.

Négocier avec les distributeurs, importateurs et agents commerciaux en maîtrisant les enjeux contractuels, les pratiques de distribution spécifiques (allocations, exclusivités, marges arrière), ainsi que les contraintes logistiques et réglementaires afin d'assurer des accords profitables et durables.

Développer un portefeuille clients vin et spiritueux en identifiant des actions de prospection ciblées, des programmes d'animation commerciale (soirées dégustation, formation des équipes de vente) afin de fidéliser la clientèle et maximiser les opportunités de vente.

Piloter une offre export adaptée aux marchés internationaux en tenant compte des attentes spécifiques des consommateurs étrangers, des contraintes logistiques (douanes, taxes, incoterms) et des réglementations locales afin de sécuriser et développer les ventes à l'international.

Piloter les opérations logistiques et la gestion des stocks de vins et spiritueux en tenant compte des spécificités du secteur afin d'assurer une disponibilité optimale des produits sur les différents marchés.

Suivre la satisfaction client en mettant en place des outils de collecte de feedbacks (enquêtes, indicateurs de satisfaction, analyse des retours terrain) et en assurant un traitement réactif et efficace des réclamations afin d'améliorer l'expérience client et de renforcer la fidélisation.

Assurer le suivi et l'analyse des indicateurs commerciaux en mettant en place des tableaux de bord de suivi des ventes, des performances des circuits de distribution et de la rentabilité des actions commerciales afin d'optimiser la prise de décision et d'ajuster les stratégies commerciales.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude des circuits de distribution, mises en situation professionnelle simulée, rapports écrits.

RNCP41794BC04 — Piloter de manière responsable des projets stratégiques dans la filière vins et spiritueux dans un contexte international

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en œuvre un projet de développement commercial ou marketing en définissant les objectifs, les étapes clés, les parties prenantes et les ressources nécessaires, afin de garantir le succès d'initiatives stratégiques telles que l'expansion sur un nouveau marché export, l'optimisation d'un circuit de distribution (on-trade, off-trade, cavistes, CHR) ou la diversification d'une gamme (nouveaux cépages, cuvées spéciales, spiritueux premium).

Anticiper les risques liés au projet (réglementaires spécifiques aux vins et spiritueux, logistiques liés aux contraintes douanières ou à la gestion des stocks, financiers, réputationnels en cas d'incident qualité ou de critique médiatique) en mettant en place des plans d'action correctifs et des solutions alternatives, afin d'assurer la pérennité et la

compétitivité des actions mises en place.

Assurer la gestion budgétaire et financière du projet en suivant les coûts opérationnels, en anticipant les investissements nécessaires (campagnes de dégustation, actions de promotion sur salons, conception de packaging différenciant, logistique export avec taxes et droits spécifiques), et en optimisant les ressources disponibles pour maximiser la rentabilité et le retour sur investissement.

Définir les rôles et responsabilités des équipes commerciales, marketing, logistique et production (œnologues, maîtres de chai, équipes terrain) afin de structurer la coordination du projet et d'assurer une répartition adaptée et efficace des tâches entre les acteurs internes et les partenaires externes (agents, importateurs, distributeurs).

Adopter une posture managériale adaptée aux contextes interculturels et pluridisciplinaires, ainsi qu'aux besoins individuels notamment en matière de handicap le cas échéant, en mobilisant des pratiques de communication, de leadership, d'inclusion et de coopération favorisant l'engagement, la collaboration et la performance des équipes impliquées dans un projet de développement commercial ou marketing des vins et spiritueux, que ce soit sur les marchés locaux ou à l'export.

Conduire l'évaluation et le suivi des performances du projet en mettant en place des indicateurs de réussite pertinents (évolution des volumes vendus, développement du chiffre d'affaires, pénétration de nouveaux circuits ou marchés, retour des prescripteurs et influenceurs) et en ajustant la stratégie de développement commercial des vins et spiritueux en fonction des résultats obtenus et des retours terrain (clients professionnels, sommeliers, distributeurs).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle réelle, rapports écrits.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Les domaines viticoles, exploitations familiales ou propriétés indépendantes
- Les coopératives viticoles
- Les maisons de négoce, grandes maisons ou structures intermédiaires
- Les entreprises de production de spiritueux (whisky, cognac, armagnac, liqueurs, rhum, gin, etc.)
- Les start-ups et PME positionnées sur des segments différenciés (vins bios, biodynamiques, natures, spiritueux artisanaux)
- Les groupements ou unions de producteurs, syndicats et interprofessions qui structurent la filière
- Chez des prestataires et partenaires spécialisés (embouteillage, packaging, commercialisation, agences marketing dédiées aux vins et spiritueux).

Ces structures opèrent sur des marchés très concurrentiels, avec des circuits courts ou longs (on-trade, off-trade, CHR, cavistes, export) et sont souvent implantées dans les principaux bassins viticoles français ou dans des zones réputées pour la production de spiritueux.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable commercial et marketing dans la filière vins et spiritueux
- Responsable commercial France/export
- Responsable de zone export
- Business Developer spécialisé vins et spiritueux
- Chef de marché ou Chef de produit (sur une gamme ou un portefeuille vins & spiritueux)
- Key Account Manager (grandes chaînes CHR, grande distribution, importateurs)
- Directeur commercial adjoint ou Directeur des ventes, selon la taille de la structure.

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)	3 189 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

Être titulaire de :

- Diplôme national conférant le niveau 7 (master) ou équivalent, quel que soit le domaine de formation,
- Master 2 du programme Master Grande École de BSB,
- Titre d'ingénieur diplômé conférant le niveau 7, délivré par un établissement habilité par la Commission des titres d'ingénieur (liste publiée au Journal officiel),
- Diplôme d'école de management conférant le niveau 7, délivré par un établissement habilité par la CEFDG (liste publiée au Bulletin officiel du MESR),
- Diplôme de troisième cycle habilité par les autorités universitaires (DEA, DESS, Mastère universitaire) ou diplôme professionnel reconnu au niveau 7,
- Titre inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) de niveau 7,
- Diplôme étranger reconnu équivalent aux diplômes français précités de niveau 7.

Conditions d'accès dérogatoires

a) Sont recevables, dans la limite de 40% maximum de l'effectif de la promotion suivant la formation Mastère spécialisé concernée, après une procédure de Validation des acquis personnels et professionnels (VAPP), les candidatures de professionnels titulaires d'un diplôme de niveau 6 justifiant d'au moins 3 années d'expérience professionnelle en lien direct avec les compétences visées par la certification.

b) Par dérogation et dans la limite de 30% maximum de l'effectif de la formation Mastère spécialisé concernée, sont recevables les candidatures suivantes :

- Diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent à un M1 sans expérience professionnelle ou avec moins de trois ans d'expérience en lien avec la certification visée ;
- Diplôme conférant le niveau 6 (licence, grade de licence ou titre RNCP) justifiant d'au moins 3 années d'expérience professionnelle en lien direct avec les compétences visées.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, VAE

- 1 représentant d'ESC Dijon Bourgogne : directeur de programme ou son représentant,
- 2 professionnels du secteur, justifiant d'une expérience en lien avec la certification visée supérieure à 3 ans.

Base légale

Date de décision	18/12/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/12/2030
Date de dernière délivrance possible	18/12/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	7	0	100 %	50 %
2023	22	0	95 %	71 %

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.bsb-education.com/fr/formation/ms-commerce-international-vins-spiritueux>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41794/>