

Commerce spécialité Viticulture oenologie : marketing et commerce international des vins de terroirs

RNCP6541 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	211w
Code(s) ROME	D1406, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université d'Angers

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Dans les PME ou très petites entreprises de commercialisation de vin le professionnel :

- Est responsable ou participe à la définition de la politique commerciale de l'entreprise.
- A partir d'une analyse de marché (informations du terrain, études externes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, propose une définition du produit, conçoit les plans d'action commerciale et les campagnes promotionnelles.
- Anime, coordonne et contrôle, avec des collaborateurs, les activités de conception et de mise en oeuvre nécessaires au développement sur le marché du vin, en particulier à l'étranger.
- Assure la responsabilité ou participe au développement d'un vin ou d'une gamme en fonction des clients ciblés. Oriente la politique de production en fonction du produit final souhaité.
- Met en oeuvre et réalise, dans son secteur géographique et dans son domaine (type de marché, de produit, de clientèle), la politique commerciale définie par la direction ou avec elle. Est responsable de la réalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs pour les différentes unités (réseaux commerciaux, agences...).
- Recherche, analyse et négocie avec les circuits de distribution les plus appropriés en fonction du marché visé.
- Répartit et gère des budgets (structure, promotion, publicité). Analyse les résultats et prend les mesures correctives nécessaires.
- Assure lui-même la vente ou assiste la force de vente ou les circuits de distribution.
- Dans une cave particulière, développe l'accueil de la clientèle particulière par les moyens appropriés (convivialité, cadre, dégustation, tourisme...).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Documentation et information : organiser une recherche d'informations ; produire, analyser et présenter des données collectées ; comprendre, connaître, intégrer la politique vitivinicole ; lire la presse économique

Outils de communication ou de méthodes : analyser une situation problème, établir une démarche de résolution et imaginer des solutions ; tenir une conversation courante en anglais professionnel courant lié à la viticulture ; utiliser les principaux outils informatiques ; conduire un projet

Méthodologie de projets et d'action : situer une entreprise dans son environnement économique local, régional, national ou international ; assurer une veille technique, économique, juridique, et réglementaire ; interpréter les

principaux paramètres juridiques agroalimentaires ; se documenter sur le système fiscal d'un pays ; utiliser commercialement les démarches de certification des processus (HACC.P, ISO...) et les indications de qualité d'un produit

Technique en viticulture oenologie : comprendre les grands types d'itinéraires techniques ; utiliser les indications de caractérisation de production d'un vin ; comprendre les processus de l'élaboration permettant l'obtention de différents types de vins ; identifier les caractéristiques physico-chimiques de l'évolution du vin ; interpréter un bulletin d'analyse de vin ; décrire un vin, exprimer et reconnaître ses qualités et défauts ; utiliser les indications de caractérisation de l'élevage d'un vin (types de fermentations...); faire le lien entre caractérisation d'un terroir et typicité d'un vin ; faire le lien entre vin, terroir, paysage et culture ; utiliser les indications de qualité ou de provenance (AOC, IGP...) ; les outils de valorisation commerciale d'un terroir (cartes, indications géographiques....)

Marketing et commerce : étudier, analyser un marché ; adapter les caractéristiques marketing d'un vin en relation aux attentes des consommateurs du monde ; définir une stratégie marketing, le marketing mix et un plan d'action commerciale pour lancer ou adapter un produit ; bâtir un argumentaire commercial ; communiquer sur le vin ; valoriser la notion de terroir ; choisir ou adapter un mode de distribution en particulier à l'export; mener une négociation commerciale ; organiser un point de vente ; accueillir des clients ;se documenter sur la culture et les usages ; s'adapter à une culture différente ; utiliser les techniques de base du commerce international

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Viticulture,

caves particulières, négoces, coopératives, cavistes, GIE...

entreprises de commercialisation et/ou production de vins

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Viticulteurs, vignerons pratiquant la vente directe
- Responsables produits, attachés, assistants marketing ou commerciaux en entreprises de commercialisation de vins Responsables marchés en entreprises de commercialisation de vins
- Responsables des ventes, assistant en entreprise de production ou commercialisation de vins

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

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

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

75 % formateurs, 25 % professionnels

COMPOSITION DU JURY — VAE

jury VAE de la Direction de la formation continue de l'université

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/6541/>