

### Le métier et les compétences professionnelles

Le métier visé concerne la commercialisation des produits de la filière viticole. La formation répond au besoin de développement des ventes de la filière viti-vinicole française, dans différents circuits de distribution. Elle est en adéquation avec les signes de qualité qui structurent l'ensemble du marché du vin en France et en Europe. En effet, les performances des entreprises viti-vinicoles sont fortement corrélées aux stratégies de mise en valeur des marques propres et du terroir. La promotion de la qualité sous toutes ses formes apparaît comme une orientation prioritaire dans les années à venir pour s'imposer sur le marché de plus en plus mondialisé du vin.

Les diplômés devront être capables de maîtriser les techniques de mise en marché, tout en sachant argumenter sur les signes de qualité ou commenter une dégustation. Les circuits de distribution à approfondir sont tout particulièrement la vente directe (sans intermédiaire), la vente traditionnelle (cavistes et grossistes), la restauration hors foyer (cafés-hôtels-restaurants et collectivités), la distribution alimentaire organisée (grande distribution et centrales d'achat) ainsi que les marchés à l'export. Les principales compétences à acquérir sont les suivantes :

- /// S'informer et communiquer à partir d'une veille économique, réglementaire et commerciale
- /// Apporter un conseil pour le choix de vins
- /// Prendre des décisions commerciales
- /// Maîtriser les composantes et les signes de la qualité d'un vin
- /// Développer des actions promotionnelles pour optimiser les ventes
- /// Animer une équipe commerciale
- /// Négocier des contrats de vente

Cette formation correspond à une demande des milieux professionnels désirant s'attacher des diplômés à bac+3, formés spécifiquement dans les domaines techniques, économiques et commerciaux, qui évoluent rapidement dans cette filière.

### Les débouchés

- /// Technico-commercial amont/aval, Vendeur au niveau de la production
- /// Commercial au niveau de la distribution
- /// Créateur d'entreprise ou d'exploitation viti-vinicole
- /// Animateur commercial dans la grande distribution
- /// Commercial grands comptes dans les maisons de négoce
- /// Coordinateur et gestionnaire de circuits de distribution
- /// Responsable marketing et vente
- /// Marketing B to B et métiers de l'achat
- /// Postes institutionnels, économie appliquée

Un module "Projet professionnel et personnel" prépare l'étudiant à son insertion professionnelle. (connaître les fonctions et les secteurs d'activité, savoir valoriser ses expériences et argumenter).

### L'organisation de la formation et les partenaires

La formation se déroule en alternance, entre enseignements à Montpellier SupAgro et missions en entreprise, pour favoriser l'acquisition des compétences de responsable commercial spécialiste en vins. Le rythme d'alternance choisi répond aux besoins de la profession (les étudiants sont davantage en entreprise au moment des fortes périodes de commercialisation, notamment en décembre et en été).

La formation est organisée sur une année universitaire d'octobre à septembre :

- /// Cours et travaux dirigés : 450 heures
- /// Projet tuteuré : 145 heures
- /// Période à Montpellier SupAgro : 17 semaines (4 périodes)
- /// Période en entreprise : 35 semaines (4 périodes)
- /// Contrôle des connaissances : contrôle continu et contrôle final à l'issue de chaque module et soutenance du rapport de stage.



Formation organisée en partenariat avec les professionnels :  
Chambre régionale d'agriculture, Fédération régionale de la coopération agricole (FRCA) et représentations départementales, Fédération régionale des vignerons indépendants (FRVI), Viniflor, Association régionale des industries agro-alimentaires (ARIA), Fédération nationale des cavistes indépendants, Groupes de distribution, Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), Interprofessions viti-vinicoles, etc.

## Programme d'enseignement

Grands domaines	Crédits ECTS	Compétences attendues	Disciplines concernées	Durée totale	Modalités de l'enseignement
<b>Connaissance des vins UE 1</b>	8	Etre capable de : - Décrire le processus d'élaboration du vin - Déguster un vin et commenter la dégustation - Situer le vin dans son environnement géographique - Utiliser les signes de qualité pour valoriser les vins	Terroir et qualité Technique vinicole Connaissance des vins	125 h	Théorique et pratique (cours, TD, séances pratiques en laboratoire d'analyse sensorielle)
<b>Projet tuteuré UE 2</b>	20	- Développer chez l'étudiant un engagement et une méthodologie de travail dans un projet à caractère professionnel	Toutes disciplines, tant techniques produit qu'en économie - commerce	145 h	Travail en sous-groupes
<b>Commercialisation des vins UE 3</b>	12	Etre capable : - D'appréhender les différents réseaux de distribution des vins - De vendre du vin - De maîtriser les phases amont et aval de la vente - De maîtriser les techniques de valorisation du produit sur le lieu de vente - D'identifier les différents acteurs dans la vente du vin	Economie de la filière Réseaux de distribution Marketing viticole Transactions commerciales Commerce international	170 h	Théorique et pratique (cours, études de cas)
<b>Communication et langues UE 4</b>	6	- Etre capable d'analyser le processus de communication et d'améliorer sa capacité d'expression - Connaître le vocabulaire anglais professionnel spécifique à la spécialité - Connaître les fonctions et les secteurs d'activité - Savoir valoriser ses expériences et argumenter	Communication Technologie de l'information Langue vivante appliquée	145 h	Théorique et pratique (cours, jeux de rôle, séances pratiques en laboratoire de langue)
<b>Stage professionnel UE 5</b>	14	- Réaliser un projet en structure professionnelle pour améliorer la mise en marché des vins en cohérence avec la politique de positionnement et de différenciation stratégique par les signes de qualité	Toutes disciplines	35 sem.	Travail individuel au sein d'une structure professionnelle

## Les conditions d'admission

- ✦ En formation initiale : titulaires d'un diplôme de L2 en sciences de gestion option commerce vente, sciences de gestion option marketing, sciences économiques, AES, d'un DUT en techniques de commercialisation, d'un BTS action commerciale (MUC, NRC) ou d'un BTSA technico-commercial boissons vins spiritueux ou viticulture-œnologie. Les candidats signent un contrat de travail avec l'entreprise d'accueil (contrat de professionnalisation).
- ✦ En formation continue : demandeurs d'emploi, salariés des secteurs de la production ou de la commercialisation viticole dans le cadre du plan de formation de leur entreprise, d'une période de professionnalisation ou sur la base d'un congé individuel de formation (CIF).
- ✦ La validation des acquis professionnels et l'organisation de la formation en unités capitalisables permettent de proposer des parcours individualisés, adaptés à chaque situation. La formation peut être étalée sur trois ans.
- ✦ La sélection se fait sur dossier et entretien.

## Renseignements et inscriptions

Les pré-inscriptions se font en ligne sur le site : [www.supagro.fr/inscription](http://www.supagro.fr/inscription)

Le dossier de candidature est à transmettre avant le 31 mai à :

Montpellier SupAgro - DEVE - licences professionnelles - 2 Place Viala - 34060 Montpellier cedex 2

- ✦ Renseignements administratifs et inscriptions :  
Catherine Redortier ([redortie@supagro.inra.fr](mailto:redortie@supagro.inra.fr)), tel : 04 99 61 28 50
- ✦ Responsables pédagogiques par établissement :  
Montpellier SupAgro : Didier Ollé ([olle@supagro.inra.fr](mailto:olle@supagro.inra.fr))  
Université Montpellier 1 : Marc Bousige ([marc.bousige@univ-montp1.fr](mailto:marc.bousige@univ-montp1.fr))  
Lycée Agropolis-Frédéric Bazille (CFPPA) : Bruno Ayon ([bruno.ayon@educagri.fr](mailto:bruno.ayon@educagri.fr))

