

Étude prospective : emplois et métiers dans la branche des vins et spiritueux

Synthèse

Le contexte général dans lequel se déploient les métiers des vins et spiritueux a profondément évolué

Alors que le marché des vins et spiritueux croît plus vite en valeur qu'en volume, **L'environnement de la branche des vins et spiritueux est de plus en plus concurrentiel**. En effet, les pays dits du « Nouveau Monde » sont des challengers qu'on ne saurait sous-évaluer. Ainsi, de plus en plus, le marché des vins et spiritueux est tiré par la consommation de **nouveaux marchés dynamiques**,

tel que le marché chinois tandis que les marchés traditionnels en Europe de l'ouest déclinent.

Aussi, face à cette **différenciation croissante des zones de production et des régions de consommation** à l'échelle de la planète, les nouveaux pays producteurs ont développé des stratégies agressives.

Ces producteurs ont fait le choix d'une **stratégie de production segmentée et ciblée sur les consommateurs**, faisant de leur moindre réputation un facteur de réussite commerciale, car leurs produits sont perçus comme plus modernes et moins élitistes que les produits français.

A l'inverse, La France ayant fait le choix stratégique d'un **positionnement « tout vin » et « tout AOP » est moins à même de s'adapter aux différents goûts des consommateurs** sur les marchés étrangers. En effet, les acteurs de la branche n'ont pas encore achevé le passage d'un modèle de « flux poussés » à un modèle de « flux tirés », orienté vers les attentes du marché. En revanche **cette logique ne s'applique pas aux produits premium** des différents terroirs français, **nettement moins exposés à la concurrence internationale**, la « marque France » demeurant la référence en la matière.

Chiffres clés de la branche et de l'emploi en 2014¹ :

La branche présente des spécificités propres au regard du reste des industries agroalimentaires (IAA) (cf. : tableau ci-dessous).

Vins et spiritueux	IAA
3 120 entreprises (5% des IAA)	57 500 entreprises
43 000 salariés (8% des IAA) ;	534 000 salariés
Productivité apparente du travail : 155 k€ de valeur ajoutée par employé ;	Productivité apparente du travail : 64 k€ de valeur ajoutée par employé
Évolution des effectifs : -1,1% en moyenne entre 2002 et 2012 .	Évolution des effectifs : -0,7% en moyenne entre 2002 et 2012.

La branche apparaît comme **triplement concentrée** : que cela soit du point de vue du **revenu**, (ce qu'illustre le tableau ci-contre montrant la répartition des 31 milliards d'euros

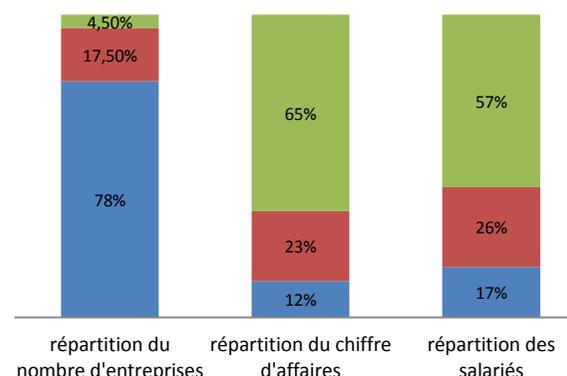
de chiffre d'affaires de la branche en 2013), du point de vue des **effectifs** ou encore de la **géographie**.

Ainsi, les quelques 78% de petites entreprises de moins de 10 salariés n'emploient qu'environ 17% des effectifs de la Branche, contre 83% pour les 24% de PME et grande entreprises.

Tableau comparatif de la branche avec les IAA

Structuration de la branche

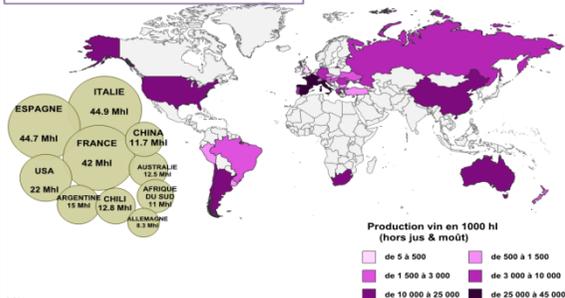
■ de 1 à 9 salariés ■ de 10 à 49 salariés ■ plus de 50 salariés



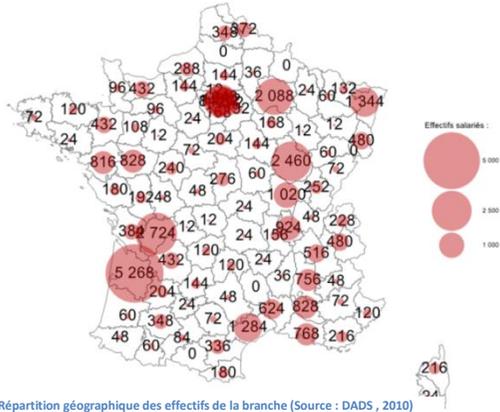
Structuration de la branche en fonction des effectifs et du chiffre d'affaires (Source : CNVS et Quadrat-Etudes)

¹Productivité apparente du travail : La productivité « apparente du travail » ne tient compte que du seul facteur travail comme ressource mise en œuvre. Le terme « apparente » rappelle que la productivité dépend de l'ensemble des facteurs de production et de la façon dont ils sont combinés. Elle est usuellement mesurée en rapportant la richesse créée (mesurée par la valeur ajoutée) au facteur travail.

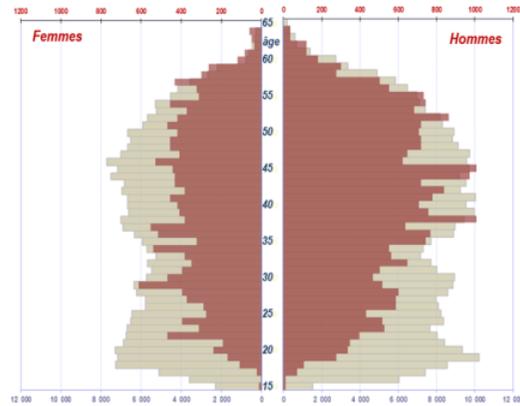
Production mondiale de vin de 278,6 Mhhl +9,4% par rapport à la faible production 2012. Production record en Espagne, Afrique du Sud, Chili et Nouvelle Zelande.



La production mondiale de vin en 2013 (Source : OIV 2014)



Répartition géographique des effectifs de la branche (Source : DADS, 2010)



Pyramide des âges dans la branche-IAA pour comparaison (Source : Enquête Emploi INSEE 2012)

	Effectifs 2012	en %
10 - Master (recherche ou professionnelle), DEA, DESS, Doctorat	1 151	2,6%
12 - Ecoles niveau licence et au-delà	3 417	7,9%
21 - Licence (L3)	871	2,0%
22 - Maîtrise (M1)	1 123	2,6%
30 - DELUG	90	0,2%
31 - DUT, BTS	7 175	16,5%
32 - Autre diplôme (niveau bac+2)	68	0,2%
33 - Paramédical et social (niveau bac+2)	3	0,0%
41 - Baccalauréat général	1 910	4,4%
42 - Bac technologique	2 879	6,6%
43 - Bac professionnel	2 882	6,6%
44 - Brevet de technicien, brevet professionnel	290	0,7%
50 - CAP, BEP	11 534	26,5%
60 - Brevet des collèges	3 576	8,2%
70 - Certificat d'études primaires	1 204	2,8%

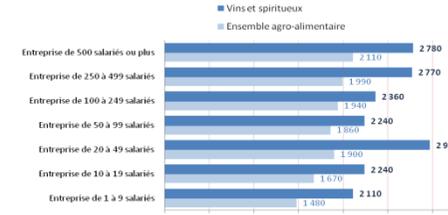
Répartition des effectifs par niveau de diplôme (Source : Traitement Quadrat-Etudes de l'enquête Emploi INSEE 2012)

Par ailleurs, comme l'illustre la carte ci-contre, **l'emploi est également concentré géographiquement** dans les bassins aquitains, bourguignons, champenois ainsi que dans la vallée du Rhône et la Charente. Ce qui s'explique très logiquement par le poids de ces régions dans l'équilibre économique global de la branche.

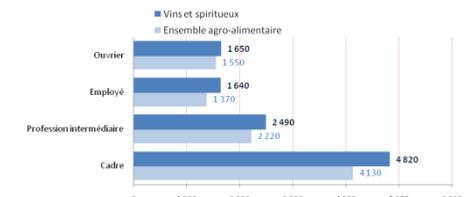
L'analyse du profil des salariés fait apparaître des **effectifs moins jeunes et plus diplômés que dans le reste des IAA**, ils sont également **mieux rémunérés**. Ainsi, pour détailler la composition de l'emploi :

- La pyramide des âges souligne la **proportion de jeune plus faible que la moyenne des IAA** (10% contre 22% de moins de 26 ans), la **question du renouvellement** des effectifs va donc se poser à moyen-long terme, à moins de renforcer l'attractivité de la filière.
- **Les salariés de la Branche sont plus qualifiés que la moyenne du reste des IAA**, ce qui explique notamment la différence importante de productivité apparente du travail (155K€ en moyenne pour un salarié de la branche contre 64K€ dans le reste des IAA) :
 - 32% de Bac+2 et plus contre 19% dans l'ensemble des IAA
 - 15% de salariés de niveau Bac+3/4 et plus contre 8% dans les IAA
 - Néanmoins : 50% de salariés sont de niveau inférieur ou égal au CAP-BEP

En matière de rémunération, **la branche se démarque également par des salaires plus élevés**, la différence de salaire dépendant de la taille de l'entreprise et de la catégorie de salarié (Cf graphiques ci-dessous).



Salaire mensuel moyen par type d'entreprises (Source DADS 2010)



Salaire mensuel moyen par catégories de salariés (source DADS 2010)

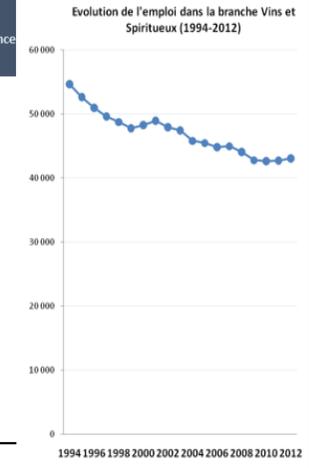
En dynamique, une diminution relative du volume d'emploi et une plus grande technicité des métiers

Dans un contexte de concentration et d'automatisation, les effectifs de la branche connaissent une diminution relative, d'environ 1,6% par an sur l'ensemble des métiers sur la période 2004-2012.

Les métiers les plus touchés sont ceux de la maintenance, du transport, des fonctions commerciales et de la production (chai). En revanche les métiers liés au RH et au Marketing sont en forte croissance (cf. : tableau ci-dessus : Estimation des effectifs dans la branche en 2012 et principales évolutions).

	Effectifs 2012	en % des effectifs	Variation nette 2004-2012	TCAM 2004-2012	Tendance
Production agricole	2 610	6,1%	-310	-1,3%	↘
Fabrication : chai	5 350	12,5%	-960	-2,1%	↘
Fabrication : embouteillage	1 620	3,8%	-60	-0,5%	↘
Maintenance	220	0,5%	-1 000	-18,1%	↘↘
Logistique	6 520	15,3%	730	1,6%	↗
Transport	3 250	7,6%	-1 820	-5,2%	↘
Qualité et recherche	1 910	4,5%	-640	-3,5%	↘
Commercialisation : marketing	1 810	4,2%	1 240	14,6%	↗↗
Commercialisation : achat-vente	9 170	21,5%	-3 240	-3,6%	↘
Commercialisation : relations publiques	190	0,4%	-150	-6,9%	↘
Support : direction	4 990	11,7%	550	1,5%	↗
Support : RH	780	1,8%	640	29,4%	↗↗
Support : autres	4 250	10,0%	-740	-2,1%	↘
Ensemble de la branche	42 670	100,0%	-5 760	-1,6%	↘

Estimation des effectifs dans la branche en 2012 et principales évolutions (Source : Arthur Hunt - Quadrat-études, 2014)



Les différentes régions affrontent des enjeux et des défis communs



1. **L'atomicité de l'offre est à la fois une richesse (diversité) et un frein au succès commercial** (incohérence et illisibilité) il est nécessaire de consolider les marques « AOP ».

2. **Des modèles de production et de commercialisation fondés pour une grande partie sur les volumes** (« flux poussés ») et pas assez sur les consommateurs (« flux tirés »), un changement culturel est nécessaire;

3. **Le modèle économique d'un grand nombre d'exploitants n'est pas adapté au marché**, en termes d'adéquation des moyens aux volumes produits, au positionnement-prix ou aux débouchés, ce qui induit une vraie fragilité financière pour les TPE PME (investissements importants, faibles marges), du fait notamment d'une **maitrise limitée des outils de gestion**. Cette inadéquation implique un renforcement ou une évolution du positionnement marketing ;

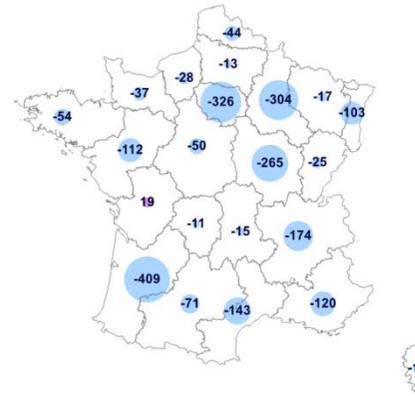
4. Les acteurs de la branche sont également confrontés au défi de la **modernisation des process de production, et à l'évolution des modes de commercialisation** (développement du e-commerce, commerce lointain), sans avoir nécessairement les ressources matérielles et financières adaptées.

Scénario tendanciel : Vers un renforcement de la concentration de la branche et une diminution relative des effectifs.

- **Poursuite de l'érosion des parts de la France dans les volumes produits et échangés** à l'échelle mondiale sur les segments d'entrée et moyenne gamme;
- Stabilité voire croissance des parts de marché pour les grands groupes et les marques premium;
- **Renforcement de la concentration de la branche des vins et spiritueux** autour des groupes les plus importants;



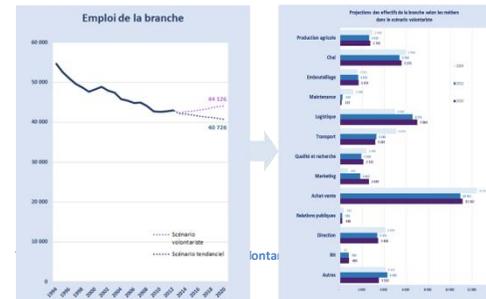
Trajectoire de l'emploi dans le scénario tendanciel, répartition par pôles de métiers



Répartition géographique des projections d'emplois, scénario tendanciel

tion de la consommation française.

Scénario volontariste : Croissance des effectifs et pérennisation de l'ensemble des acteurs de la branche



Trajectoire de l'emploi dans le scénario volontariste, répartition par pôles de métiers

• Les structures de taille moyenne absentes du segment premium voient leurs marges fragilisées du fait d'une structure de coûts inadapté à un marché de volume et leur faiblesse marketing;

• **Les petites structures, qui se maintiendront à long terme seront celles qui ont fait le choix de la qualité** et qui peuvent s'appuyer sur une clientèle proche et fidélisée

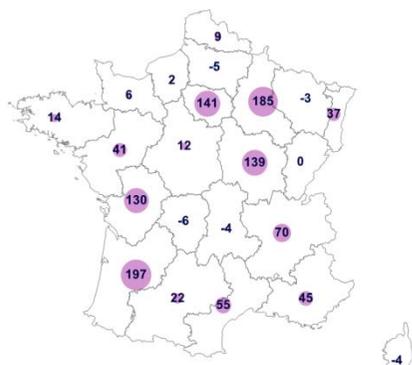
• La diminution des effectifs se poursuivra (-2300 emplois), mais à une vitesse plus faible par rapport à la décennie 2004-2014.

• Les emplois des fonctions commerciales ou ceux liés à la fabrication, à la logistique, au transport et à la maintenance devraient également être impactés par les économies d'échelle, le recul des parts de marché françaises et l'externalisation et la concentration de certaines fonctions au niveau des groupes ;

• Par ailleurs **les diminutions toucheront principalement les grandes régions de la branche**, à l'exception du Cognac, moins exposée à la réduction de la consommation française.

De façon préliminaire, il faut noter le scénario volontariste représente, plus qu'une prévision, un ensemble d'ambitions partagées. Aussi, la réalisation de ce scénario repose en grande partie sur l'engagement des acteurs de la branche.

Le scénario volontariste repose sur quatre axes :

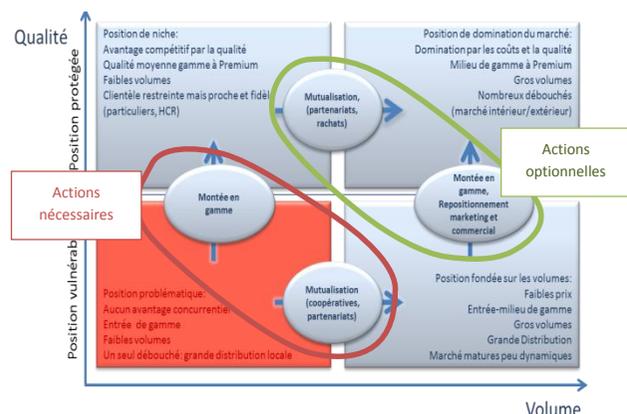


Répartition géographique des projections d'emplois dans le scénario volontariste

1. **Optimiser le potentiel des vins sans IG et des AOP** (afin de profiter des contraintes moindres pesant sur les vins sans IG pour développer de nouveaux produits, conquérir de nouveaux marchés et diversifier les revenus des exploitants).

2. **Mutualiser les moyens entre les entreprises de petite et de moyenne taille** pour leur permettre de dégager des économies d'échelle et une taille critique nécessaire à l'acquisition de nouvelles ressources humaines, matérielles et financières (entre acteurs qui partagent des intérêts et obligations communs au niveau des bassins ou autour d'une appellation).

3. **Mettre en œuvre des stratégies de production et des stratégies marketing et commerciale structurées dans les petites et moyennes entreprises** (consolider la lisibilité de l'offre et de la cohérence prix/qualité, segmentation, construction ou renforcement des marques AOP). L'objectif étant de sortir de la zone de vulnérabilité illustrée par le schéma ci-contre :



celle qui est caractérisée par de faibles volumes et une identification insuffisante en termes de qualité, est la plus problématique pour la pérennité des entreprises. Sortir de cette position doit donc être une priorité;

- Deux types de solutions peuvent être retenus pour sortir de cette position problématique : soit une montée en gamme et un effort marketing pour renforcer l'identité de la marque et mieux cibler les segments de consommation, soit une croissance des volumes produits, notamment via la mutualisation des moyens.

4. Faire évoluer les métiers et les compétences pour adapter les ressources humaines de la branche à ses défis :

- Les compétences techniques, en matière d'automatismes notamment, des effectifs employés au pôle production doivent être renforcées et la polycompétence des agents de production doit être développée (maintenance de 1^{er} niveau) ;
- Les compétences commerciales doivent intégrer une meilleure compréhension de la stratégie commerciale et un renforcement des compétences linguistiques ;
- Les effectifs des métiers liés à la logistique doivent renforcer leurs compétences en matière de gestion de la *supply chain* ;
- Les fonctions marketing doivent être spécialisées et professionnalisées pour accompagner l'évolution ou le renforcement du positionnement marché ;
- Les salariés des fonctions supports doivent voir leurs compétences se professionnaliser, notamment en matière de RH, afin de garantir des recrutements et une gestion des RH adaptés aux défis et aux enjeux de la branche.

Mesures pour accompagner la réalisation du scénario volontariste

Sensibiliser les petites et moyennes entreprises aux évolutions du modèle économique

- Permettre à chacun des acteurs de la branche de fournir une réponse aux défis auxquels il est confronté, adaptée à leur taille et à leur moyens

Sensibiliser les salariés à la sécurisation des parcours professionnels

- Donner au salariés de la visibilité sur les évolutions de leurs métiers et sur les moyens de s'y adapter

Consolider l'offre de formation pour l'adapter aux défis de la branche

- Accompagner l'adaptation des entreprises de la branche à leurs défis et renforcer l'attractivité de la filière

Apporter un appui spécifique aux TPE-PME

- Aider les structures les plus vulnérables et/ou les moins à même d'acquies les moyens matériels et humaines qui leur sont nécessaires, afin d'assurer la pérennité de l'ensemble de l'écosystème de la branche

Mener des réflexions et des actions stratégiques au niveau national

- Assurer la meilleure allocation des moyens aux besoins des acteurs de la branche en matière d'accès au financement publics et aux différents services proposés par le FAFSEA

Annexe : détail des propositions formulées pour accompagner la mise en œuvre du scénario volontariste

Axe de propositions 1 : Sensibiliser les TPE-PME et les salariés aux évolutions nécessaires de la branche et des compétences

	Enjeux	Actions proposées
Sensibiliser les petites et moyennes entreprises aux évolutions du modèle économique	Renforcer un pilotage national de la politique économique de la branche.	<p>Evénements professionnels régionaux:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insister sur l'importance de construire une marque commune, qui profite à tous, par la cohérence et la lisibilité de l'offre/ plutôt qu'une marque fragmentée qui ne profite vraiment qu'aux « locomotives »; - Bonnes pratiques en matière de gestion (savoir calculer un rendement à l'hectare, un rendement à l'unité, un retour sur investissement) et de l'équilibre AOP/Vins sans IG.
	Faire face aux défis économiques de la branche.	<p>Communication institutionnelle du CNVS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communiquer sur l'évolution de la branche auprès des bassins et des organisations adhérentes; ➢ Newsletter électronique et papier, tribunes dans des revues spécialisées Revue du vin de France, La vigne magazine.
	Accompagner le changement culturel que cela suppose.	<p>Outils internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communication du FAFSEA via système d'alerte mail, régulières, par thématique pour faire un travail de pédagogie approfondi sur les conclusions de l'étude;
	Accroître l'attractivité de la branche	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation et publication de vidéos courtes illustrant les bonnes pratiques/ les mauvaises pratiques et leurs conséquences concrètes. - Mettre en avant l'ouverture internationale, la technicité des métiers, l'importance de l'aspect marketing.

	Enjeux	Actions proposées
Sensibiliser les salariés à la sécurisation des parcours professionnels	Renforcer un pilotage national de la politique économique de la branche	<p>Communiquer sur les évolutions quantitatives et qualitatives par métier:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser des plaquettes-métiers (fiche métiers+ évolution quantitative et qualitatives attendues) sur les métiers au cœur de la branche; - Les publier dans FAFSEA INFO (numéro spécial) et sur le site internet du FAFSEA.
	Faire face aux défis économiques de la branche	<p>Effectuer un travail de pédagogie autour de l'évolution de la formation continue pour mobiliser les salariés:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une plaquette pédagogique synthétique sur la réforme de la formation professionnelle et le CPF; ➢ Les publier sur le site internet et dans FAFSEA INFO.
	Accompagner le changement	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser les salariés aux avantages du CQP OQCMMEC (outils de montée en compétence, renforcement de la mobilité et sécurisation des parcours professionnels).

	Enjeux	Actions proposées
	culturel que cela suppose	

Axe de propositions 2 : Poursuivre l'adaptation des moyens et des compétences aux défis de la branche

	Enjeux	Actions proposées
Consolider l'offre de formation pour l'adapter aux défis de la branche (cf. Annexe)	Impliquer les entreprises dans l'offre de formation du FAFSEA	<p>Organiser un retour d'expérience sur la qualité des formations:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dès 2015, enquête pilotée par le FAFSEA avec les délégations régionales concernées, à l'exemple de ce qu'a pu faire le FAFSEA Champagne, en démarchant les entreprises et leur demandant d'évaluer les formations suivies, en vue de les référencer pour la branche; - Communication des résultats par régions et remontée des résultats les plus significatifs au niveau national; - Sur du plus long terme, construction d'une plateforme web nationale sécurisée permettant de référencer et d'évaluer les formations (type « Tripadvisor », « Yelp »), afin de permettre une actualisation moins consommatrice de ressources.
	Permettre au FAFSEA un retour régulier et fidèle des besoins de la branche	<p>Renforcer l'organisation de la montée en compétence des effectifs de la filière:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer un module de formation court aux éléments essentiels de la gestion d'entreprises (calculer un rendement /unité-/Ha, ROI, ROE, etc.) pour les TPE; - Créer un CQP ou au moins une formation certifiante Agent de Chai-Cuviste : QHSE, manipulation des matières premières, semi-finies et transformées, connaissance des processus en vinification-œnologie;
	Renforcer un pilotage national de la branche (politique de formation)	<ul style="list-style-type: none"> - Créer un module de formation court pour les opérateurs de ligne (maintenance de niveau 1, éléments de base de l'électrotechnique, pilotage informatique de ligne); - Créer une formation certifiante au sein de la branche « chargé d'accueil œnotourisme » empruntant au référentiel de compétence du CQP réceptionniste de l'hôtellerie-restauration, en rajoutant des compétences en matière d'œnologie régionale ; - Développer des CQP pour les agents logistiques et les responsables logistiques en capitalisant sur les référentiels de compétence des CQP équivalents dans les branches IAA (cf. OPCAALIM), ou au moins des formations.

	Enjeux	Actions proposées
Apporter un appui spécifique aux TPE-PME	Faire face aux défis économiques de la branche	<p>Généralisation de l'accompagnement opérationnel des TPE-PME dans leur développement:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ En s'appuyant sur l'expérimentation conduite en Aquitaine, généraliser l'approche à l'ensemble des régions: - Elaboration de diagnostics de l'existant en matière de ressources humaines et d'organisation, Explicitation du projet économique du dirigeant. - Elaboration d'un plan d'action portant sur la mise en place de processus et d'outils RH (ex: entretien annuel) évolution d'organisation (externalisation/internalisation de compétences), identification d'aides publiques auxquelles l'entreprise peut être éligible. - Des actions de formation spécialement adaptées au rythme et aux besoins d'une petite structure.
	Assurer la pérennité des différents acteurs de la branche	

	Enjeux	Actions proposées
Mener des réflexions et des actions stratégiques au niveau national	Renforcer un pilotage national de la politique économique de la branche	<p>Mener une réflexion au niveau national sur les aides publiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La France est le pays d'Europe qui dépense le plus pour soutenir la filière des vins et spiritueux: 280 millions € en 2014 (contre 171 millions en 2009) (source: Règlement CE n° 479/2008, dit «règlement OCM unique», annexe II); - Pour quel effet: consolidation/Déstabilisation? Une réflexion doit être menée, et ses résultats doivent être le point de départ d'un dialogue avec les pouvoirs publics: reciblage des aides, aides à la mutualisation des moyens, etc.
		<p>Renforcer le rôle de centrale d'achats de services du FAFSEA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fidéliser les adhérents (conséquence de la réforme de la formation professionnelle) par une offre de service structurée autour des besoins des entreprises et individualisée. ➤ Créer des partenariats avec des prestataires (niveau régional et/ou national) capable de délivrer des diagnostics sur les besoins de formations, définir des cahiers des charges, monter des formations spécifiques mutualisées ou intra-entreprises, recherche et validation d'organisme de formation, suivi des actions mises en œuvre.

Détail des évolutions métiers nécessaires et des pistes d'action pour accompagner ces évolutions

Filière	Pôle (Effectifs)	Métier	Compétences à acquérir	Actions de formation/de politique RH
Production	Fabrication-Chai (5 350)	Agent de Chai/ Cuviste/ Cuviste	Normes QHSE, notamment traçabilité Polycompétence vers la maintenance au moins de niveau 1 Connaissance des processus de l'œnologie et de la vinification	Créer un CQP Agent de chai/Cuviste Formations Normes QHSE-traçabilité Formations aux éléments de base de la vinification et de l'œnologie.
		Maitre de Chai	Renforcement des connaissances en Œnologie ; Gestion de la production en flux tirés (petites séries).	Formation en œnologie, voire DNO sur VAE
	Fabrication-Embouteillage (1 620)	Opérateur de ligne d'embouteillage	Renforcement de l'autonomie; Base de l'électrotechnique; Normes QHSE.	Formations courtes (5 jours): maintenance de niveau 1 et 2, éléments de base de l'électrotechnique
		Conducteur de ligne d'embouteillage	Renforcement de l'autonomie; Renforcement des bases de l'électrotechnique et de la GPAO; Compétence de maintenance niveau 1; Norme QHSE.	Mise en valeur du CQP OQ CMMEC Formations aux normes QHSE
		Responsable de production	Gestion de la production en flux tirés (petites séries); Lean Management; Assurance qualité; Innovation produit.	Formation courtes (5 jours par module)
	Fabrication-général	Directeur technique/Directeur d'exploitation	TPE-PME/ Stratégie commerciale, stratégie de production, gestion (ROI, ROE, rendement /ha-/unité).	Pour les salariés : Formations courtes (5 jours max) sur les éléments nécessaires de la bonne gestion d'une exploitation
	Maintenance 220	Technicien de maintenance	Programmation des automates et des robots. Plans de maintenance préventive	Formations en programmation et GMAO. Méthodes de maintenance préventive
Responsable Maintenance				
Qualité et recherche	Contrôle qualité/ R&D (1 910)	Œnologue	Renforcement de l'expertise chimique et biochimique et de la biologie de la vigne pour intervenir en amont de la production; Coordination avec le marketing.	Formation aux éléments de base du marketing pour une communication adaptée aux segments de clientèle
Commercial	Marketing/ Communication (1 810)	Chargé de Marketing	Spécialisation des compétences marketing (séparation d'avec les compétences commerciales.	Recruter des profils spécialisés. Formations à la réglementation en matière d'AOP et aux éléments de base de l'œnologie.
		Responsable Marketing		
	Achats-Ventes (9 170)	Acheteur de vins, de matières premières et de produits semi-finis	Réglementation et organisation du commerce international; Stratégie commerciale (depuis les éléments de base jusqu'à une maîtrise parfaite selon le poste), éléments de base du marketing (segments de consommations, études de marchés); Coopération avec un marketing spécialisé; Langues étrangères: anglais + une langue d'un marché dynamique.	Formation en langues étrangères (e-learning, FOAD), préparation au TOEIC, BULATS, en Anglais. Recrutement au-dessus de BTS pour les attachés commerciaux. Passation de diplômes de commerce en VAE niveau licence pro ou master. Négociation grands comptes
		Assistant commercial		
		Attaché commercial		
Directeur commercial				