

MANAGEMENT DES ENTREPRISES VITI-VINICOLES

Construit dans un but de professionnalisation, ce DA s'adresse particulièrement aux étudiants désirant poursuivre et développer leurs compétences de futurs cadres des entreprises de la filière viti-vinicole.

1. CONTEXTE

Avec une récolte de 55 à 60 millions d'hectolitres par an, la France est au premier rang de la production mondiale de vin. La forte baisse de la consommation dans les grands pays producteurs, dont la France, n'est pas compensée par la progression sensible (en valeur relative) des pays où nous exportons. Au contraire, nous perdons des parts de marché à l'étranger au profit du Nouveau Monde.

Face à un marché de plus en plus international et concurrentiel, une maîtrise véritable des performances et une optimisation durable des compétences sont nécessaires dans les différents stades de la filière. Positionnement sur le marché, image des produits, communication, capacité à se développer et conclure des partenariats... sont autant de dimensions différenciantes que les cadres des entreprises viti-vinicoles doivent maîtriser.

2. OBJECTIFS

- Développer l'aptitude du futur ingénieur au diagnostic et à l'élaboration de propositions d'action par mise en situation réelle avec l'appui cognitif et méthodologique de professionnels.
- Former des cadres pour les entreprises des filières viti-vinicoles capables d'interagir et de s'insérer dans l'ensemble des secteurs de l'entreprise : R & D, production, logistique, achat, marketing, commercial...

3. DEROULEMENT ET CONTENU

Le DA s'articule sur les différentes phases d'avancement d'un dossier stratégique qui concernera pour une plus grande part les activités aval de l'entreprise.

MISE EN SITUATION :

Les futurs ingénieurs sont placés en situation de consultant d'entreprise de la filière (domaine viticole, coopérative, négociant, exportateur ...) face à une préoccupation d'actualité de l'entreprise.

Pour contribuer à apporter des solutions ils mettront en œuvre la démarche propre à tout conseil d'entreprise :

- Ecoute de la problématique et reformulation.
- Diagnostic interne et externe.
- Elaboration de propositions opérationnelles.
- Formulation de préconisations.
- Validation par l'entreprise.

Chaque projet est mené par un groupe de 3 à 6 élèves ingénieurs accompagné par un tuteur enseignant de l'école.

Les différentes étapes du travail des groupes de projet seront évaluées par des jurys à chacune des étapes clefs :

- un premier jury validera l'expression de la problématique,
- un second jury validera les diagnostics,
- le jury final (tuteur + chef d'entreprise) évaluera la qualité globale du travail et la pertinence des propositions.

MODULES DE FORMATION :

Module 1 *Méthodologie d'analyse stratégique*

En introduction à l'ensemble de la démarche et pour aborder la mise en situation ce module apporte les éléments méthodologiques nécessaires.

Module 2 *Management de la production*

Ce module n'a pas pour vocation de reprendre l'enseignement technique déjà dispensé en viticulture et en œnologie, il s'agit, de réaliser le diagnostic de l'entreprise étudiée, de donner les outils adaptés à l'évolution de son potentiel de production. Ce module abordera les aspects suivants :

- Etat des moyens de production (vignoble et chai).
- Démarche de qualité et de certification.
- Evaluation des ressources humaines internes.
- Ressources externes : les prestataires.
- Organisation et système d'information.

Module 3 *Outils de contrôle des situations de gestion*

Après un rappel sur l'analyse des documents de gestion, ce module s'attachera à proposer les clefs de lecture de la situation de gestion de l'entreprise au moment du diagnostic.

Module 4 *Organismes Professionnels Viti-Vinicoles et Réglementation*

Ce module mettra en avant les spécificités de l'organisation de la filière qui concerne le champ d'action de l'entreprise étudiée. Seront abordés successivement :

- Les acteurs (Producteurs, coopératives, négociants, courtiers, syndicats...).
- L'interprofession.
- L'administration et la réglementation.
- La recherche et l'expérimentation.
- La commercialisation et l'exportation.

Module 5 *Marketing et commerce des vins*

L'évaluation du diagnostic externe de l'entreprise impose au-delà de la connaissance méthodologique de comprendre le contexte de la concurrence et des perspectives de marché.

- Rappel de la méthodologie d'étude marketing.
- Réaliser un diagnostic marketing.
- Etude des marchés :
 - Outils.
 - Situation des compétiteurs par pays et perspectives/prospectives.
- Connaissance et qualification des produits mondiaux.
- Commercialisation des vins :
 - Réglementation.
 - Techniques de ventes.
 - Stratégie commerciale.

Module 6 *Stratégie de production*

La confrontation entre le diagnostic interne et externe permettra de déduire la stratégie de production.

Module 7 Ouverture culturelle

L'entreprise viti-vinicole de demain : Ouverture scientifique et culturelle.

- Vin et Société.
- Vin et Santé.
- Vin et Culture.
- Actualité scientifique.

4. MODALITES PEDAGOGIQUES

Au-delà de l'équipe de Purpan, les intervenants sont des praticiens de la filière. L'essentiel des contenus sont délivrés sous forme interactive pour aider l'élève ingénieur dans sa démarche de diagnostic.

COORDINATEUR : Jean-Louis DEJEAN (jl.dejean@purpan.fr)

EQUIPE D'ANIMATION : Equipe de la filière vin de l'E.I. Purpan