

Économie du vin

Économie et marketing du vin,
focus sur production,
commerce et tourisme



Formation continue adossée

Lieu

L'Institut Agro - Campus de La Gaillarde
[2, place Pierre Viala, 34 060 Montpellier](#)

Public

Salariés ou demandeurs d'emploi
Étudiants français et internationaux
Toute personne dans le domaine vigne et vin et répondant
aux pré-requis

Responsable pédagogique

Patrice LALLEMAND

Lien web



Certification



L'article L.6316-4 II du code du travail reconnaît la qualité de l'établissement d'enseignement supérieur au titre des 4 catégories d'actions concourant au développement des compétences.

Contact

Pôle formation continue courte

E-mail : safco-formations-courtes@institut-agro.fr **Tél :** 04 99 61 30 27

Adresse : L'Institut Agro Montpellier – 2 place Pierre Viala Campus La Gaillarde
34 000 MONTPELLIER

SIRET : 130 026 222 00013

Explorez **les bases théoriques de l'économie du vin** en macro, méso, et micro-économie appliquées à la production, la consommation, et au commerce international du vin. Plongez dans les **stratégies marketing** et les **facteurs de performance des entreprises vinicoles**, avec un focus sur **la gestion du marketing mix et l'analyse économique du tourisme viticole**.



Objectifs

Les objectifs de cette formation :

- ☐ Analyser les aspects macro et méso-économiques des marchés du vin, y compris les structures de marché et les systèmes réglementaires tels que l'OIV.
- ☐ Comprendre la dynamique de la production viticole, les modèles de consommation, le commerce international et le fonctionnement des marchés du vin en vrac.
- ☐ Explorer les stratégies économiques utilisées par les entreprises internationales opérant dans le secteur viticole.
- ☐ Acquérir une compréhension des perspectives managériales du marché du vin, en mettant l'accent sur les stratégies commerciales internationales et le marketing stratégique et opérationnel.
- ☐ Apprendre la planification de marché, le positionnement efficace de l'entreprise et la gestion du marketing mix dans l'industrie du vin

Contenu et programme

Le contenu de cette formation est :

- 1- Introduction aux méthodes d'analyse économique et aux fondements théoriques : macroéconomie, mésoéconomie et microéconomie.
- 2- Description et analyse du système de production viticole, des modes de consommation et de la dynamique du commerce international.
- 3- Examen des principaux moteurs à l'œuvre dans ces systèmes, y compris les mécanismes de coordination globaux et locaux et les cadres institutionnels.
- 4- Exploration des facteurs mondiaux et locaux influençant les prix du vin, avec un accent particulier sur le marché en vrac.
- 5- Évaluation des facteurs de performance dans différents types d'entreprises (privées, coopératives, grandes et familiales).
- 6- Présentation des principes du marketing, en mettant l'accent sur les techniques du marketing mix.
- 7- Étude de sujets tels que les stratégies de lancement de produit, la gestion de la qualité, la création de marque, les stratégies de communication, l'emballage, la distribution et les stratégies de tarification spécifiques à l'industrie du vin.
- 8- Analyse de l'économie du tourisme viticole.

Modalités pédagogiques

Langue : Anglais courant.

Expérience dans la filière en vitiviniculture.

Conditions d'admission

La fiche de candidature est à télécharger et à envoyer à patrice.lallemand@supagro.fr

À noter

Une formation en présentiel avec les étudiants du Master Européen VINIFERA.

Dernière mise à jour - le 8 juillet 2026