ELZÉAR
WINE & SPIRIT

RÉMUNÉRATIONS OBSERVÉES 2025

COMMERCIAUX EXPORT
Wine & Spirit



elzear-wine.com

ELZÉAR
WINE & SPIRIT

SOMMAIRE

3 > Introduction

4 > 1. Commercial Export

5 > 2. Asie

6 > 3. Allemagne & zone germanophone

7 > 4. Royaume-Uni

9 > 5. Pays nordiques

10 > 6. Focus Elzéar Wine sur les marchés d'Europe du Nord avec notre partenaire Frédéric Brochet

11 > 7. Europe continentale et centrale

12 > 8. USA

13 > 9. Focus Elzéar Wine sur le marché des USA avec notre partenaire Olivier Dirdarian

16 > 10. Middle-East Africa

17 > 11. Analyse des données

INTRODUCTION

Elzéar Wine & Spirit, une expertise 360° sur l'ensemble de la filière

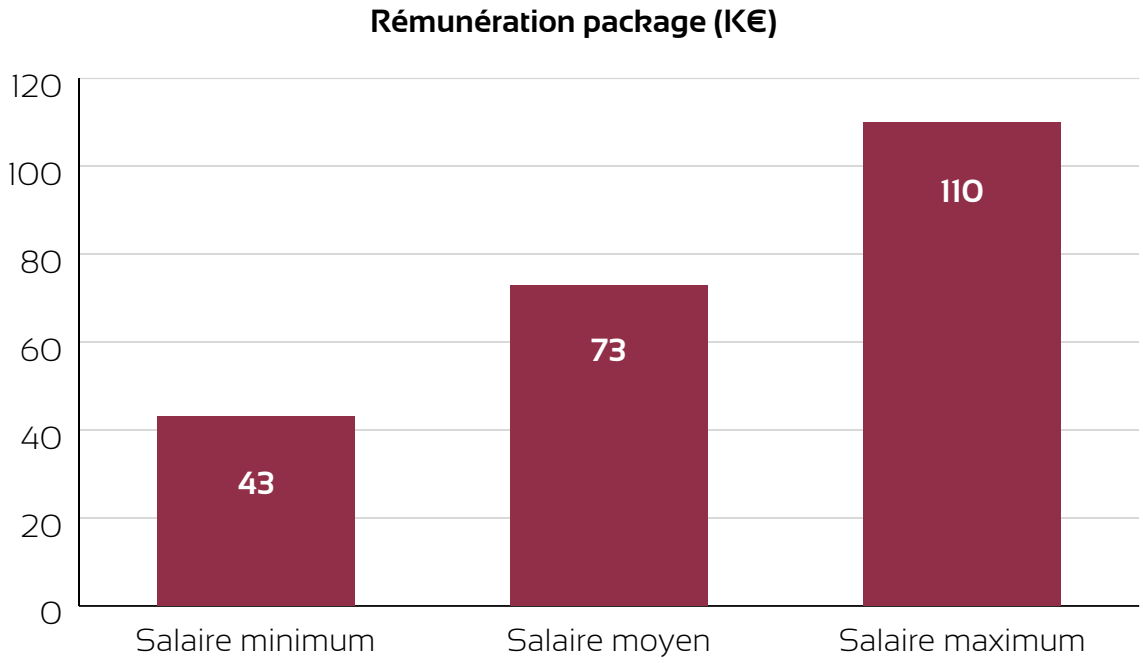
Depuis 2006, Elzéar Wine & Spirit accompagne les acteurs du vin dans leurs recrutements.

Cabinet de référence en approche directe, nous accompagnons nos clients dans leurs recherches de Commerciaux Export dans le monde entier.

À travers cette étude, nous avons souhaité restituer les niveaux de rémunération observés en 2025 pour les fonctions de Commerciaux Export dans les principales régions : Asie, Allemagne et zone germanophone, UK, Pays nordiques, Europe continentale et centrale, USA, Afrique et Moyen-Orient.

L'étude s'appuie sur les données collectées auprès de plus de 200 professionnels en poste, souvent diplômés d'écoles de commerce. Elle met en évidence les dynamiques de rémunération, les spécificités régionales et les pratiques de rémunération observées dans le secteur.

1. Commercial Export



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	34	59	88
Variable	2	14	40
Package*	**43**	**73**	**110**

* Le package minimum est de 43 K€. Certaines sociétés optent pour une partie fixe assez basse (34,4 K€) compensée par un variable plus généreux.

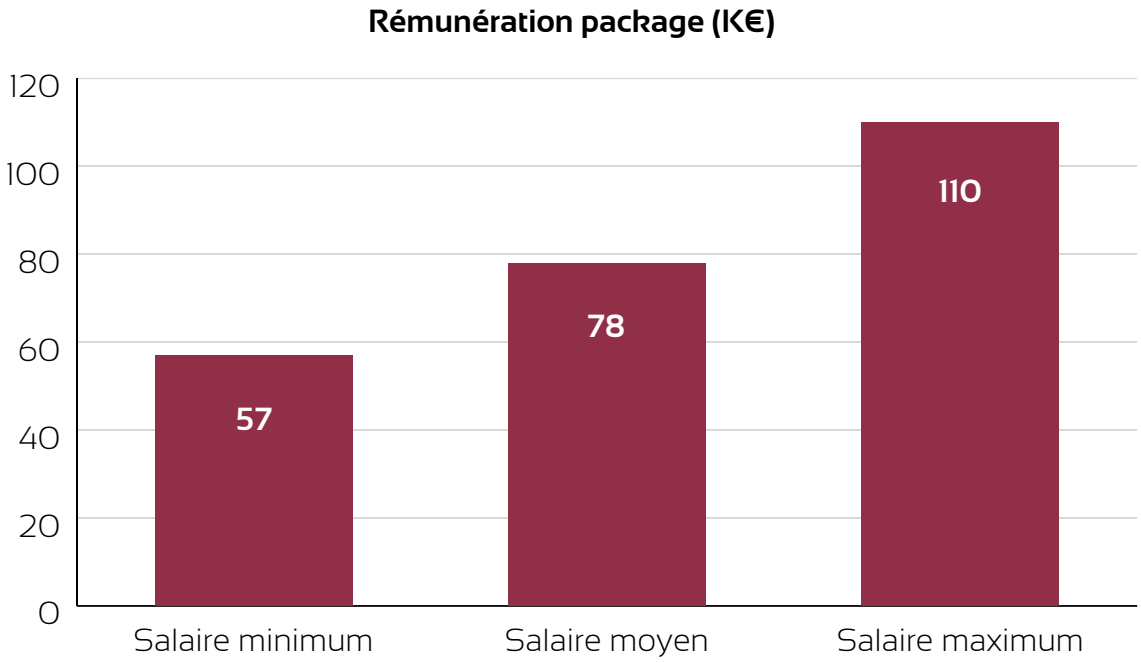
D'autres à l'inverse s'inscrivent dans la logique d'un fixe confortable et d'un variable faible (2 K€).

Ces chiffres (minimum fixe + variable ; maximum fixe + variable) ne doivent pas être cumulés car ils ne correspondent pas nécessairement à la même personne.



© Mario La Pergola

2. Asie



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	42	63	88
Variable	5	15	22
Package*	**57**	**78**	**110**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

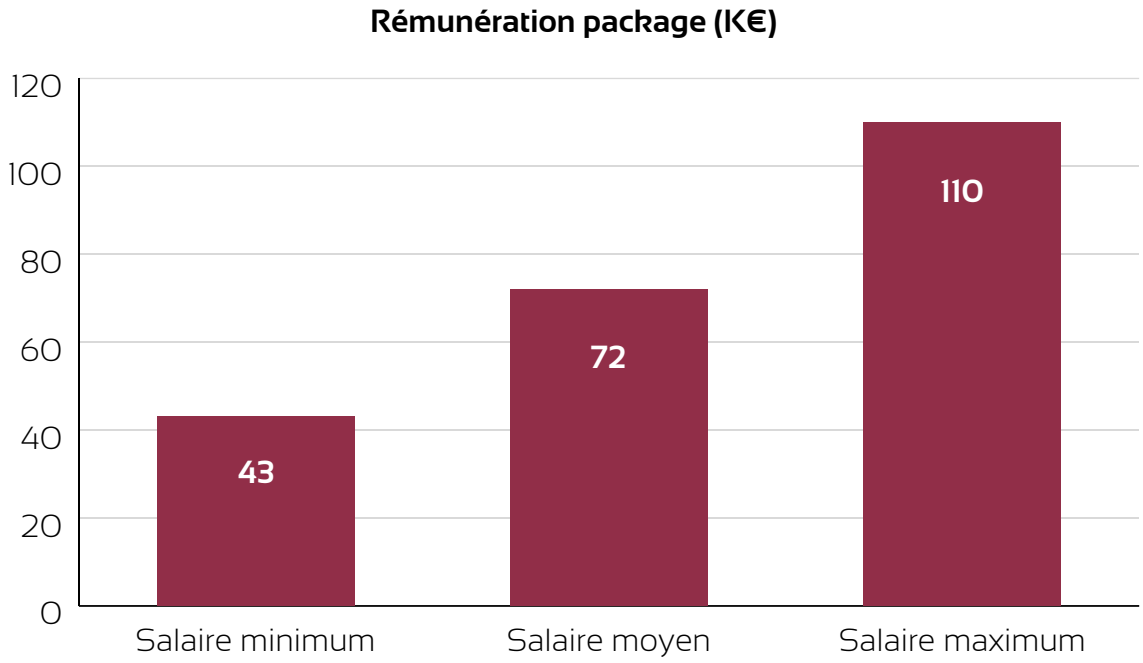
Commentaire

Le poste bénéficie d'un ou plusieurs billets d'avion par an, éventuellement d'un logement ou d'une prime logement.



© Aleksandar Pasaric

3. Allemagne & zone germanophone



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	34	58	88
Variable	7	14	22
Package*	**43**	**72**	**110**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

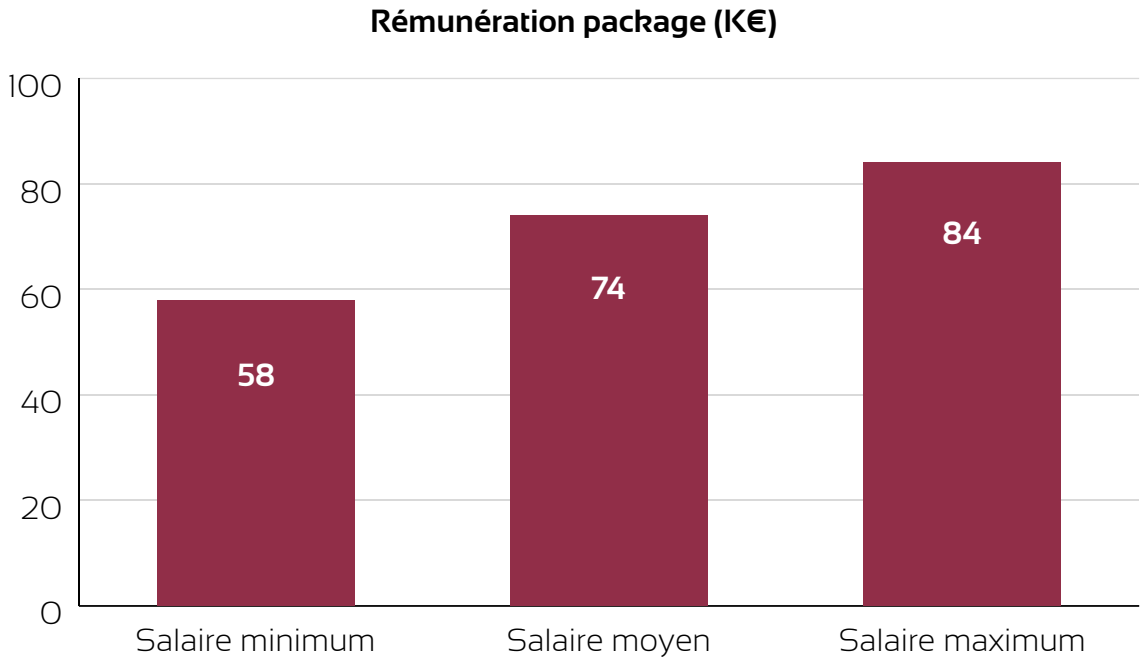
Commentaire

Les candidats peuvent êtres basés en France ou dans un pays de la zone, notamment l'Allemagne.
Certains postes se voient attribuer une voiture de fonction.



© Plus Minus

4. Royaume-Uni



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	48	61	72
Variable	5	13	20
Package*	**58**	**74**	**84**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

Commentaire

Le package comprend une voiture de fonction dans plus de la moitié des cas observés. Une majorité des Commerciaux Export UK est localisée en Angleterre, à Londres pour la plupart.



© Andras Stefuca

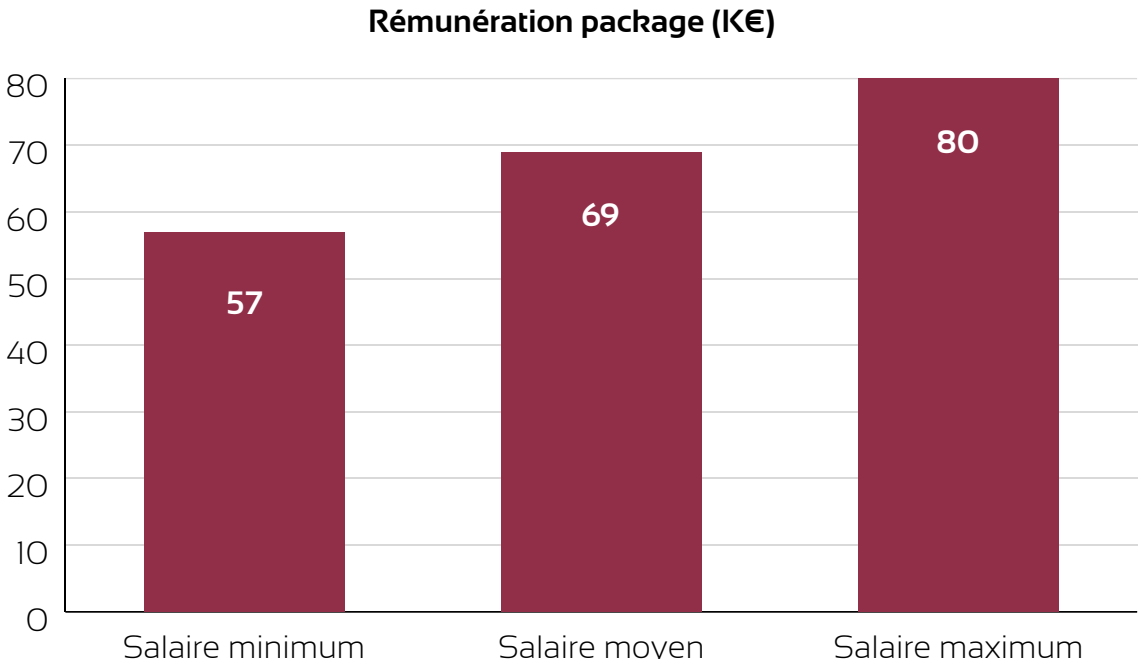


La raison d'être d'Elzéar est de créer pour les entreprises et les candidats les conditions d'un développement stable et vertueux.

En tant qu'entrepreneurs du recrutement, nous sommes avant tout des chercheurs de solutions.

Nous croyons au travail d'équipe, à la transparence, aux vérités exprimées et aux relations de long terme.

5. Pays nordiques



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	42	56	70
Variable	8	13	15
Package*	**57**	**69**	**80**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

Commentaire

Le Commercial des Pays nordiques travaille depuis la France et maîtrise les barrières d'entrée de ces pays.



6. Focus Elzéar Wine sur les marchés d'Europe du Nord avec notre partenaire Frédéric Brochet

Des monopoles à soigner



Dans un contexte de très forte tension sur le marché du vin, les grands pays dits « à monopoles » tels que La Suède, Le Canada (un monopole par province sauf l'Alberta) mais aussi les tous petits comme l'Islande constituent des opérateurs à ne pas négliger. En effet les trois quarts de la consommation de vin est sous l'emprise de sociétés d'état qui assurent les achats et une distribution centralisée. Sous des allures de forteresses imprenables, ces marchés sont en réalité très ouverts et très dynamiques. Ils annoncent, accompagnent et parfois provoquent les évolutions de la consommation comme la Suède a pu le faire pour le marché des vins biologiques notamment. Ils sont très ouverts aux nouveaux produits, nouveaux packaging (Tetra Pack, Canette, Bouteille PET) qu'ils testent de manière démocratique. En effet, le maintien d'une référence sur les étagères dépend directement de sa déplétion, en relation avec sa catégorie de prix et de qualité. Bien sûr la sélection est rude sur la base des appels d'offres et le nombre important de candidats éconduits donne un sentiment d'impossible pénétration du marché. En cas de victoire, il convient d'être très attentif à toutes les spécificités pour se maintenir et assurer des ventes très avantageuses et capables de se développer de manière considérable. Les domaines indépendants ne sont pas toujours bien conscients de ce potentiel et ratent les opportunités de se maintenir faute de pouvoir servir des quantités régulières et suffisantes. Il n'existe pas toujours de relation dans un même pays entre le marché à monopole et le marché dit « d'importation privée » (un quart du marché) qui concerne une distribution généralement dédiée aux professionnels des métiers de bouche. Il ne faut pas ainsi croire qu'une marque forte dans le monopole se retrouvera facilement en restauration ou qu'une marque forte de restauration suscitera l'intérêt du monopole.

En conclusion, ma recommandation est de travailler intensément ces marchés parfois un peu abscons et de s'entourer des bons opérateurs sur chaque pays ou segment en respectant leur spécificité culturelle.

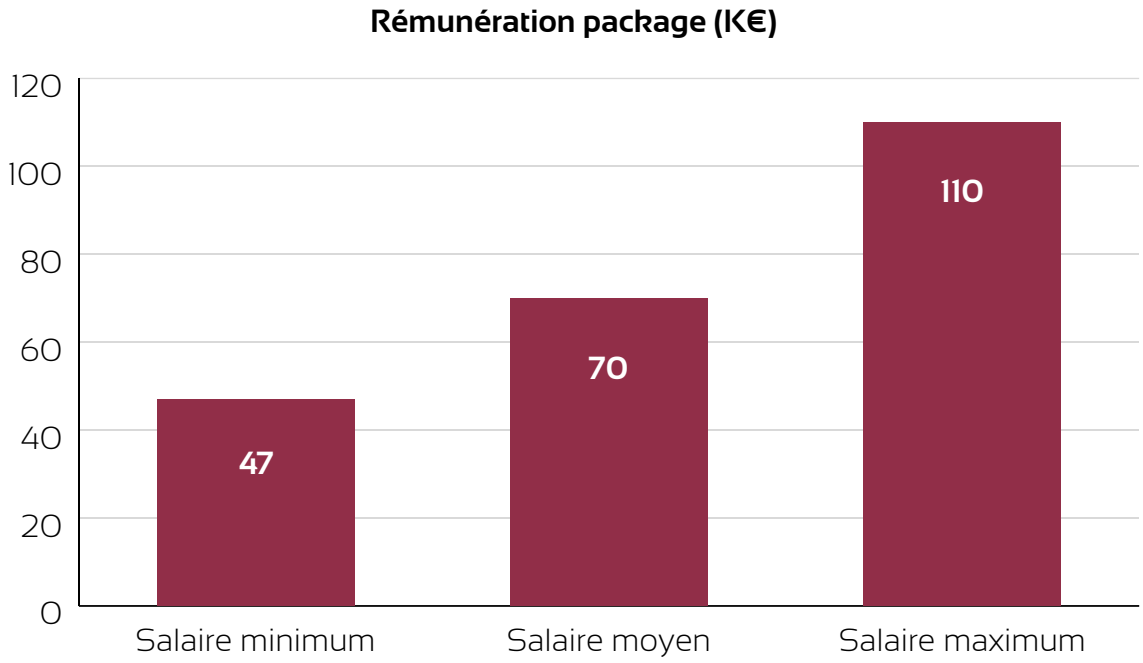
Frédéric Brochet *est diplômé de l'Ecole Normale Supérieure en Biochimie dont il est sorti Major.*

Docteur en œnologie et entrepreneur à succès, il a créé le Domaine d'Ampelidæ à Marigny-Brizay en Poitou. Ses bouteilles sont vendues dans le monde entier.

Il est un invité régulier d'Alain Marty d'In vino radio et du Cercle Wine Business.

Il est un partenaire privilégié d'Elzéar Wine & Spirit et intervient dans des missions de conseils (stratégique, organisation, développement commercial et technique, restructuration, due deal, M&A) auprès de dirigeants et d'investisseurs du secteur. Son carnet d'adresse international et sa haute technicité le positionne comme un acteur de confiance en amont de nombreux recrutements et opérations de M&A Wine.

7. Europe continentale et centrale



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	42	58	88
Variable	2	12	22
Package*	**47**	**70**	**110**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

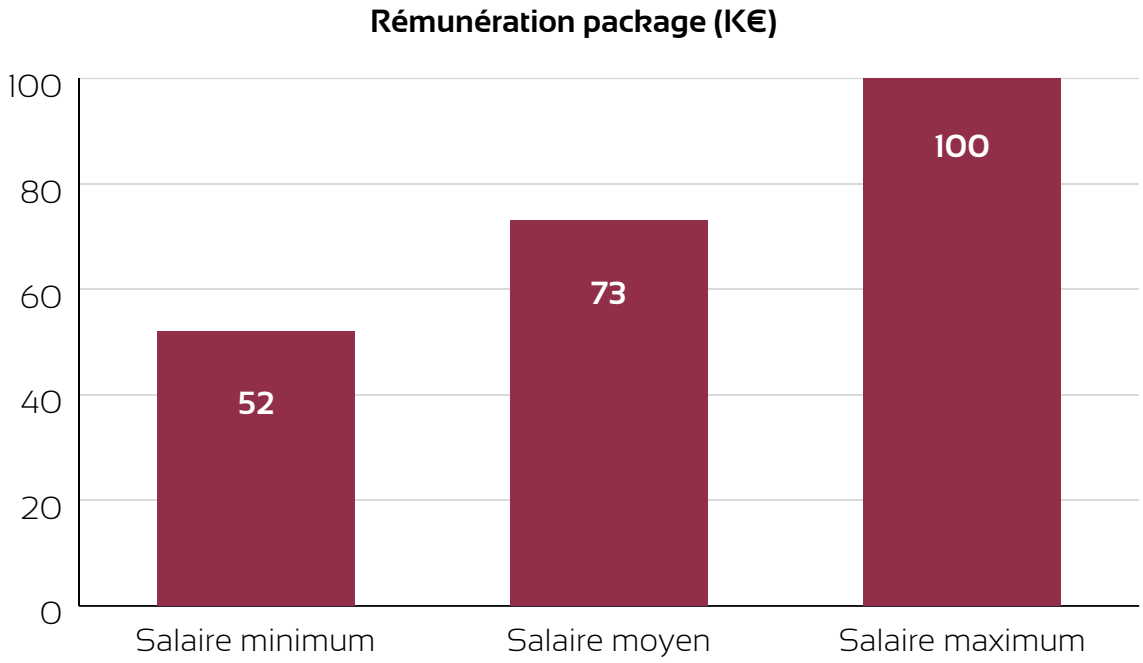
Commentaire

Un Commercial Export Europe continentale bénéficie habituellement d'une voiture de fonction comme avantage en nature. Il travaille depuis la France.



© Andrea Imre

8. USA



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	42	59	80
Variable	7	14	20
Package*	**52**	**73**	**100**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

Commentaire

Ces rémunérations concernent les candidats qui travaillent sur ce marché **depuis la France**.



9. Focus Elzéar Wine sur le marché des USA avec notre partenaire Olivier Dirdarian

Franck Jullié (FJU) : Comment fonctionne le marché du vin et des spiritueux aux US ?

Olivier Dirdarian (ODI) : La vente de vin aux États-Unis est encadrée par le **« Three-Tier System »**, ou système des trois tiers, un dispositif réglementaire unique qui structure toute la chaîne de distribution. Ce modèle impose que toute commercialisation de vin passe obligatoirement par **trois niveaux d'intermédiaires** avant d'atteindre le consommateur final.

1. L'importateur

Le premier acteur de la chaîne est l'importateur, qui achète le vin directement auprès du producteur étranger (par exemple, un domaine viticole français). L'importateur doit détenir une licence fédérale spécifique, lui permettant de vendre légalement ses produits à un distributeur agréé. Cette licence est valable sur l'ensemble du territoire américain.

2. Le distributeur (Wholesale)

Le distributeur est chargé d'acheter les vins auprès de l'importateur pour les revendre aux détaillants ou aux établissements de consommation sur place (CHR : cafés, hôtels, restaurants — appelés « on-premise »). Chaque distributeur opère sous des licences délivrées État par État, rendant le système particulièrement fragmenté. Certains distributeurs n'ont qu'une portée régionale, tandis que d'autres disposent d'une couverture nationale. Parmi les plus importants à l'échelle des États-Unis, on peut citer :

- **Southern Glazer's Wine & Spirits (SGWS)**
- **Republic National Distributing Company (RNDC)**

3. Le détaillant (Retailer)

Le détaillant constitue le dernier maillon de la chaîne. Il peut s'agir :

- d'un **point de vente à emporter** (caviste, supermarché — « off-premise »),
- ou d'un **établissement de consommation sur place** (restaurant, bar — « on-premise »).

C'est uniquement à ce niveau que le **consommateur final** peut acheter le vin, que ce soit pour une consommation immédiate ou à domicile.

Ce système, bien qu'ayant pour objectif de réguler le marché et d'assurer une traçabilité rigoureuse, contribue en partie à l'**augmentation significative du prix du vin import**é, notamment des vins français, sur le marché américain.

FJU : Quelle est la différence aux US entre les cavistes et les supermarchés tels que nous les connaissons en France ?

ODI : Aux États-Unis, il est essentiel de distinguer deux circuits principaux de distribution : les **retailers indépendants** (cavistes) et les **enseignes de grande distribution** (appelées « chains », telles que les supermarchés).

Dans les États de l'Ouest et du centre du pays, les chains représentent environ **70 % des parts de marché** en matière de vente de vin et spiritueux, le reste étant assuré par les cavistes indépendants. Toutefois, la réglementation varie considérablement d'un État à l'autre.

Par exemple, dans l'État de New York, la vente de vin en grande distribution est **strictement interdite** : seuls les cavistes peuvent proposer ce type de produit. À l'inverse, dans des États comme la Californie ou le Texas, il est tout à fait possible d'acheter du vin et des spiritueux dans des enseignes comme **Costco** ou d'autres supermarchés.

FJU : A qui s'adressent les Commerciaux export basé aux US ? A l'importateur ? Son rôle est-il aussi de visiter les distributeurs ?

ODI : Les commerciaux, appelés aussi **Sales Representatives**, ainsi que les **Regional Sales Directors** ou **VP Sales**, sont des salariés de l'importateur ou, le cas échéant, du groupe viticole lorsqu'il possède une filiale employant du personnel aux États-Unis.

Leur mission première consiste à s'adresser aux clients finaux — qu'il s'agisse de détaillants indépendants ou de grandes chaînes telles que **Costco, Whole Foods, Total Wine**, entre autres — afin de promouvoir et vendre leurs vins.

Cependant, leur rôle dépasse la simple commercialisation. Ils sont également de véritables **ambassadeurs de la marque**. Ils assurent un lien étroit avec les distributeurs (notamment **Southern Glazer's Wine & Spirits** et **Republic National Distributing Company**) avec lesquels ils collaborent. Leur objectif est d'animer le réseau, de veiller à la bonne présence et à la mise en valeur de leurs produits chez les distributeurs, et de s'assurer que ces derniers comprennent parfaitement l'identité et les valeurs de la marque qu'ils représentent.

FJU : Quelles sont les zones d'installation privilégiées des candidats ? Côte Ouest et Côte Est ?

ODI : Les candidats pour les postes commerciaux sont répartis sur l'ensemble du territoire américain, de la côte Est à la côte Ouest, en passant par des États clés tels que le Texas et l'Illinois.

En revanche, les postes dits **« corporate »** (finances, marketing, ressources humaines, etc.) se situent principalement au siège des filiales des maisons de vin ou des importateurs, en fonction de leur implantation géographique.

Quant aux postes liés à la vigne et à la production, ils sont concentrés essentiellement sur la côte Ouest, notamment en Californie (régions de Napa et Sonoma Valley), en Oregon et dans l'État de Washington. On observe également une présence plus limitée dans l'État de New York — principalement dans la région des Finger Lakes au nord de l'État, ainsi qu'à Long Island, près de New York City — ainsi qu'au Texas et en Virginie.

FJU : Quels sont les niveaux de rémunération observés pour ces profils commerciaux ? Quelles sont les organisations commerciales observées ?

ODI : Sales Representatives (Commerciaux) : La rémunération annuelle se situe entre **80 000** et **120 000 USD** en salaire de base (Base salary), assortie d'un bonus annuel représentant en moyenne **20 à 25 %** du fixe.

Area Sales Managers (en charge de plusieurs États) : Le salaire de base varie entre **120 000 et 150 000 USD**, auquel s'ajoute un **bonus annuel**.

Directeurs Régionaux (supervisant 10 à 15 États, avec une équipe de 3 à 5 Area Sales Managers) : La rémunération de base est comprise entre **150 000 et 180 000 USD**, complétée par un **bonus annuel d'environ 25 %**.

Vice President Sales (encadrant les Directeurs Régionaux) : Le salaire de base s'élève à **180 000 – 220 000 USD**, avec un **bonus annuel** pouvant aller de **25 à 30** %.

FJU : Y-a-t-il des différences de salaires entre les candidats sur la côte Ouest et ceux de la côte Est ?

ODI : Les niveaux de rémunération sont généralement plus élevés sur la côte Ouest, en particulier dans les régions de Los Angeles et San Francisco, où le coût de la vie est particulièrement élevé.

FJU : Y-a-t-il des différences de salaires entre les candidats du secteur Vin et ceux des spirits ?

ODI : Nous ne constatons pas de différences significatives de rémunération pour les profils commerciaux. En revanche, les postes en marketing, finance et ressources humaines bénéficient généralement de niveaux de salaire plus élevés au sein des groupes de spiritueux d'envergure.

FJU : Autres informations à partager ?

ODI : Les rémunérations aux États-Unis sont plus élevées qu'en France, en raison notamment du coût de la vie nettement supérieur. Cela s'explique par des dépenses importantes liées aux frais de santé, même lorsque l'employeur propose une mutuelle, ainsi que par le coût des études supérieures. Par ailleurs, certaines taxes locales, comparables à la taxe foncière française, peuvent être particulièrement élevées dans certains États, notamment sur les côtes Est et Ouest, où elles peuvent représenter plus de 2 % de la valeur du bien immobilier à régler chaque année.



Olivier Dirdarian *est le fondateur de Talent Within Reach. Installé avec sa famille aux Etats-Unis (New York) depuis 2006, il conduit des missions de chasse de têtes pour le secteur des vins et spiritueux.*

Avant de fonder Talent Within Reach, Olivier a été Partner chez Odgers Berndtson, l'un des principaux cabinets de recrutement à l'échelle mondiale, ainsi que chez Sterling International à New York, où il dirigeait la division Consumer, Retail and Luxury Goods.

Précédemment, il a lancé la division Executive Search de Michael Page International à Paris en 1998, avant de s'installer aux États-Unis pour accompagner des entreprises internationales dans leur stratégie de leadership et de croissance.

Avant de se spécialiser dans le recrutement de dirigeants, Olivier a débuté sa carrière comme auditeur financier chez PwC et Deloitte, développant ainsi une solide expertise en finance et une compréhension approfondie des enjeux stratégiques des entreprises.

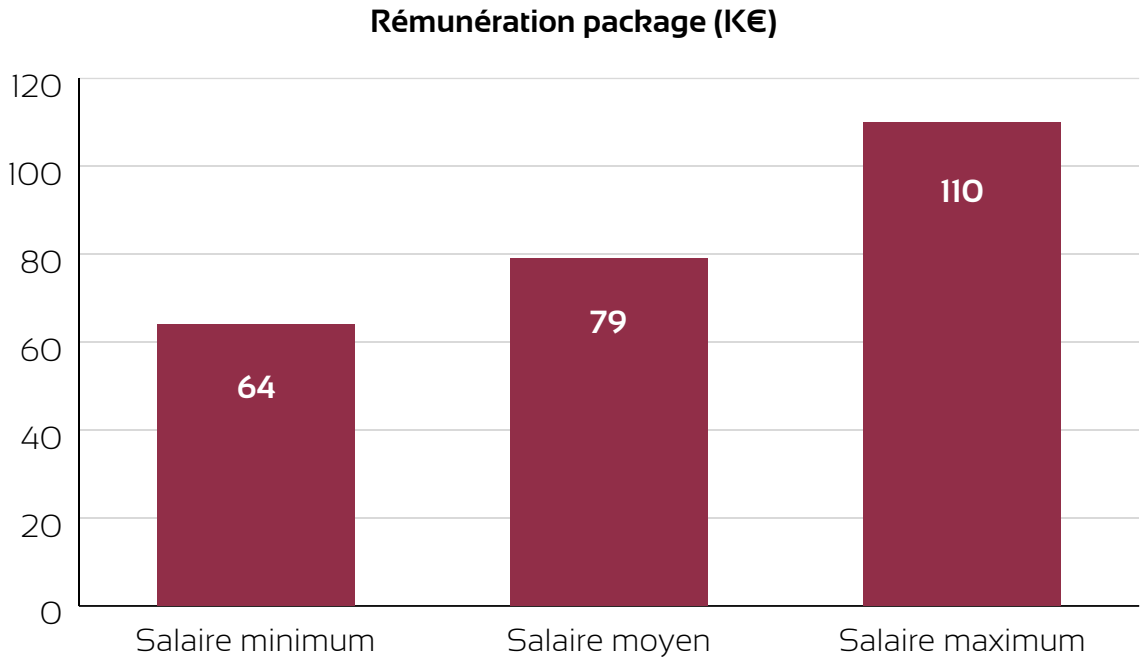
Olivier est également Conseiller du Commerce Extérieur de la France (CCEF)

Sa double nationalité franco-américaine et sa fine connaissance des Etats-Unis en font un des meilleurs experts en recrutement du secteur.

Partenaire privilégié d'Elzéar Wine & Spirit, il recrute des talents dans le secteur vitivinicole, notamment pour des groupes prestigieux tels que Gérard Bertrand ou Petrus (Duclot La Vinicole). Il intervient également dans le secteur des spiritueux, ayant conduit des missions de recrutement pour des entreprises renommées telles que Stoli, Cognac Camus, Tequila Casa Dragones ou encore Marussia Beverages.



10. Middle-East Africa



Global	Salaire minimum	Salaire moyen	Salaire maximum
Fixe	50	62	88
Variable	6	17	40
Package*	**64**	**79**	**110**

* Le package minimum (ou maximum) ne correspond pas nécessairement à la somme des minimums (ou maximums) fixe et variable.

Commentaire

Rémunération comprenant entre autres une partie variable qui peut s'avérer importante, notamment à Dubaï. La moitié de ces commerciaux travaillent directement depuis l'Afrique Moyen-Orient, l'autre moitié depuis la France.



11. Analyse des données

Les rémunérations présentent un équilibre plus marqué en faveur de la part fixe dans les zones matures telles que l'Allemagne, le Royaume-Uni ou encore l'Europe centrale, car ces marchés bénéficient de circuits de distribution bien établis et d'une forte stabilité commerciale. Dans ces contextes, la rémunération reflète davantage une logique de consolidation et de suivi de portefeuille que de conquête de marché.

À l'inverse la part variable des régions à forte dynamique commerciale comme l'Asie et le Moyen-Orient occupe une place prépondérante, et traduit l'enjeu commercial sur ces territoires complexes où les opportunités sont nombreuses mais où l'accès au marché requiert agilité, expertise et forte implication personnelle. Ces postes incluent souvent d'autres éléments incitatifs : primes logement, billets d'avion.

Dans de nombreuses zones, et en particulier sur les marchés nordiques, américains ou d'Europe continentale, les Commerciaux Export sont basés en France. Cette organisation centralisée influe sur le niveau de rémunération et les avantages associés, qui restent souvent en deçà de ceux proposés aux profils expatriés ou implantés localement. Elle reflète également sans doute un choix stratégique des entreprises.

L'on peut ainsi confirmer que les dispositifs de rémunération ne sont pas uniquement fonction du poste ou de l'expérience du candidat, mais qu'ils s'inscrivent dans une logique plus large, à l'intersection de la stratégie d'implantation, de la maturité commerciale du marché et du modèle d'organisation adopté par l'entreprise. Ils constituent ainsi un marqueur clair de la posture de chaque maison sur ses marchés d'exportation.



©Antwerp15

Pour que le caractère d'un être humain dévoile des qualités vraiment exceptionnelles, il faut avoir la bonne fortune de pouvoir observer son action pendant de longues années. Si cette action est dépouillée de tout égoïsme, si l'idée qui la dirige est d'une générosité sans exemple, s'il est absolument certain qu'elle n'a cherché de récompense nulle part et qu'au surplus elle ait laissé sur le monde des marques visibles, on est alors, sans risque d'erreurs, devant un caractère inoubliable.

Jean GIONO

Nous contacter



Franck JULLIÉ
+33 6 25 90 63 30
fjullie@elzear.com

ELZÉAR
WINE & SPIRIT

48, rue de la Bienfaisance
75008 Paris

elzear-wine.com



stephanemonfort.com