

**Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif visant la certification est initié :**

Le secteur du tourisme est une branche d'activité professionnelle avec un développement important de l'œnotourisme. Ce secteur est en recherche constante de personnel qualifié. Grâce à la certification, les acteurs du tourisme se spécialisent et acquièrent des connaissances et compétences dans le domaine de la vigne et du vin. La certification permet ainsi à ces nouveaux professionnels formés à l'œnotourisme de proposer de nouvelles offres œnotouristiques ou d'accompagner les acteurs de la production (les viticultrices, en particulier) dans le développement de projets œnotouristiques au domaine, sur une appellation ou un territoire ...  
 Ex : Chargé de projet œnotourisme et événementiel : conception, mise place et suivi de projet sur le terrain  
 Ex : Chargé accueil œnotourisme dans un domaine : accueil, animation de dégustation, de visites, création d'activités de contenus

Référentiel de compétences	Référentiel de certification	
	Modalité(s)	Critères
<p><b>Développer un projet œnotouristique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Décrire les techniques vitivinicoles à un public type dans le cadre d'une visite afin de faire découvrir la vitiviniculture en adaptant son discours et en utilisant des ressources et supports expliquant la physiologie de la vigne, la notion de terroir et les techniques vitivinicoles appropriées.</li> <li>- Décrire un vin à un public majeur dans le cadre d'une dégustation afin d'expliquer la particularité du vin dégusté en intégrant l'itinéraire technique employé.</li> <li>- Expliquer les spécificités agronomiques, techniques, historiques et culturelles d'un vin/d'un domaine à un public type en adaptant son discours et en mobilisant les ressources locales et les compétences acquises.</li> </ul>	<p><b>En formation présenteielle :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnotouristique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnotourisme et de marketing</li> </ul> <p><b>En formation à distance :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnotouristique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnotourisme et de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter un projet qui respecte l'approche pluriculturelle : physiologie végétale, la notion de terroir et les techniques viticoles et vinicoles : <b>aborder trois de ces thèmes au moins sur quatre.</b></li> <li>- Intégrer au projet des dégustations variées qui permettent de présenter les différents types de vinifications (blancs/rouge/spéciales) : <b>présenter deux types de vinification au moins.</b></li> <li>- Adapter un discours technique au public ciblé <b>professionnels, œnologues, débutants, internationaux :</b> <b>présenter deux cibles au moins.</b></li> <li>- Adapter le projet à la typologie du public (adultes, enfants, origine culturelle, situation de handicap) : <b>présenter deux cibles au moins.</b></li> </ul>

<p><b>Elaborer une stratégie marketing globale au service d'un projet œnologique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les différentes typologies des produits œnologiques d'une structure dans le cadre de l'élaboration d'un projet œnologique afin d'adapter la stratégie marketing.</li> <li>- Concevoir un projet œnologique adapté à la spécificité de la structure et des consommateurs en utilisant la méthodologie adaptée.</li> <li>- Maîtriser la réglementation en vigueur sur le produit vin et sur l'accueil de public aux typologies différentes dans le cadre de l'élaboration d'un projet œnologique afin d'adapter la stratégie marketing.</li> </ul>	<p><b>En formation présente :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnologique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnologie et de marketing</li> </ul> <p><b>En formation à distance :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnologique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnologie et de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter une stratégie marketing en respectant les différentes typologies des produits œnologiques : <b>citer au moins deux typologies de produits.</b></li> <li>- Utiliser la méthode appropriée à la conception d'un projet œnologique (enquête de terrain, co-construction avec les acteurs locaux, réponse à un appel à projet) : <b>présenter au moins trois arguments pour la méthode retenue.</b></li> <li>- Typologie des différents consommateurs : <b>présenter au moins une cible.</b></li> <li>- Réglementation en vigueur sur le produit vin : <b>présenter au moins deux éléments légaux.</b></li> </ul>
---	---	--

<p><b>Promouvoir et faire évoluer le projet œnotouristique élaboré</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une veille dans le cadre de la promotion d'un projet œnotouristique afin d'adapter le projet aux évolutions réglementaires, territoriales et techniques.</li> <li>- Identifier les sources et lieux d'information dans le cadre de la promotion d'un projet œnotouristique par une recherche sur le web, les réseaux sociaux, le biais d'enquêtes, de reportages, d'interviews afin d'adapter le projet selon le public/consommateur et les évolutions sociétales.</li> <li>- Créer et/ou développer un réseau avec les différents acteurs de la filière dans le cadre de l'élaboration d'un projet œnotouristique afin de le promouvoir.</li> <li>- Concevoir des outils de communication dans le cadre de la promotion d'un projet œnotouristique afin de sélectionner les supports de diffusion adéquats.</li> </ul>	<p><b>En formation présentielle :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnotouristique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnotourisme et de marketing</li> </ul> <p><b>En formation à distance :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation (1h30) mobilisation des compétences de techniques vitivinicoles et la dégustation</li> <li>- Etude de cas œnotouristique (1h30) mobilisation des compétences d'histoire, œnotourisme et de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertinence du projet œnotouristique en fonction de la dimension territoriale, de la réglementation et des itinéraires techniques : <b>présenter et argumenter deux forces et deux faiblesses de chacun de ces paramètres.</b></li> <li>- Recherche, analyse d'informations et synthèse : <b>présenter et argumenter 2 opportunités et deux risques.</b></li> <li>- Création/développement de réseaux avec les différents acteurs : <b>en présenter au moins deux.</b></li> <li>- Conception d'outils de communication : <b>en présenter au moins un.</b></li> </ul>
--	---	--

**GRILLE EVALUATION DIPLOME UNIVERSITAIRE VIN CULTURE ET OENOTOURISME délivrant la certification « DEVELOPPER ET PROMOUVOIR UN PROJET OENOTOURISTIQUE »**

COMPETENCES	THEMES	INDICATEURS	Critères obligatoires	Traitement des critères	Acquis / Non Acquis	Rappel Pour Acquisition		
DEVELOPPER UN PROJET OENOTOURISTIQUE	Techniques vitivinicoles	Prise en compte des caractéristiques techniques Globalisation du projet	Approche pluridisciplinaire	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 3/4		
			Aspects physiologiques	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement				
			Notions de terroir	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement				
			Techniques vitivinicoles	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement				
	Dégustation et prise en compte de l'itinéraire technique employé	Identification des spécificités du produit et compréhension de son élaboration	Vinification en blanc Vinification en rouge Vinifications spéciales	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/> Partiellement <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/> Partiellement <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2/4		
	Adapter un discours technique au public ciblé	Projection professionnelle de l'argumentation	Professionnels, œnophiles, débutants, internationaux	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2 cibles		
	Adapter le projet à la typologie socio-culturelle du public	Projection socio-culturelle du projet, du discours	Adultes/ enfants / origine culturelle / situation de handicap	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2 cibles		
	ELABORER UNE STRATEGIE MARKETING GLOBALE AU SERVICE D'UN PROJET OENOTOURISTIQUE	Les différentes typologies de produits oenotouristiques	Appropriation du secteur d'activité ciblé	Au moins 2 typologies citées	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2	
				Cohérence de la cible avec le projet. Confrontation et prise en mesure des règles de l'activité	Au moins 1 présentée	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 1
				Choix de la méthodologie de conception du projet adapté à la structure	Au moins 3 arguments pour la méthodologie retenue	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 3
La réglementation en vigueur sur le produit vin et la typologie du public				Au moins 2 éléments légaux présentés	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2	
PROMOUVOIR ET FAIRE EVOLUER LE PROJET OENOTOURISTIQUE ELABORE	Veille technique, réglementaire et territoriale	Pertinence du projet par rapport aux évolutions techniques, territoriales et réglementaires	Présenter au moins deux forces et deux faiblesses pour chacun des paramètres	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2		
			Recherche, analyse et synthèse d'Informations	Pertinence du projet œnotouristique en fonction du public, consommateur et de la demande sociale	Présenter et argumenter 2 opportunités et deux risques.	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement		Minimum 2

	Réseaux	Création développement de réseaux avec les acteurs de la filière	Au moins deux	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement	Minimum 1
	Communication	Création d'outils de communication adaptés	Au moins 1 outil	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/> Partiellement	Minimum 1
RESULTAT FINAL					
COMMENTAIRES du jury si nécessaire					
NOM PRENOM Candidat	Date / Noms et Emargement des membres du jury				