

Chargé de développement en œnotourisme et spiritourisme

RNCP37983 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42696, 42638, 42648
Code(s) ROME	K1802, G1301, M1703, G1102
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/09/2023
Date d'échéance	20/09/2025

Certificateur(s)

MFR EDUCATION ET ORIENTATION VAYRES · SIRET : 78203159500013

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION DE GESTION DU GROUPE ROBIN	77564410700010	Former et organiser l'évaluation
ESCH	84319058800015	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé de développement en œnotourisme et spiritourisme est un métier aux multiples facettes demandant des compétences spécifiques liées au tourisme et à la filière vin et spiritueux. Il est amené à gérer et à manager une équipe en période de forte activité. De plus, il est attendu également des entreprises ayant des prestations œnotouristiques et spiritouristiques, d'avoir une présence digitale intégrée dans leur plan de communication et dans la stratégie de l'entreprise. Enfin pour se démarquer de la concurrence, il est indispensable d'innover et de faire preuve de créativité pour proposer aux visiteurs des prestations expérientielles. Le Chargé de développement en œnotourisme et spiritourisme doit également assurer une veille réglementaire notamment en matière de santé publique afin de proposer des activités en accord avec la législation. Il doit s'assurer que son contenu de communication soit en accord avec la loi Evin.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du potentiel œnotouristique et/ou spiritouristique du territoire

Conception d'un projet œnotouristique ou spiritouristique

Pilotage de projet

Management d'équipe et de projet

Définition et développement d'une stratégie digitale sur les supports numériques de l'entreprise

Conception et optimisation de la communication digitale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Effectuer une étude de marché primaire et secondaire avec la méthodologie appropriée afin de définir le potentiel du

territoire dans la mise en place d'un produit dédié à l'œnotourisme ou au spiritourisme.

Définir une problématique d'entreprise dans le domaine œnotouristique ou spiritouristique à partir des éléments de l'étude de marché et des ressources de l'entreprise afin de définir des objectifs et des caractéristiques pour un projet, un produit œnotouristique ou dans le domaine du spiritourisme

Mettre en place un dispositif de veille à partir de l'identification des acteurs et des initiatives locales ou nationales afin de définir des stratégies en fonction des évolutions de l'environnement de l'entreprise.

Créer un produit œnotouristique à partir de l'analyse du potentiel œnotouristique, de la réglementation et des enjeux territoriaux afin de commercialiser des prestations œnotouristiques/spiritouristiques et des produits vinicoles et de produire un cahier des charges du projet, du produit

Définir un plan d'action et les ressources à mobiliser à l'aide d'outils de planification et de gestion de projet afin d'assurer la faisabilité, la fiabilité, la mise en œuvre et l'optimisation du projet.

Elaborer un business plan à l'aide de l'étude de marché et d'une modélisation financière des prestations œnotouristiques/spiritouristiques afin d'en définir la rentabilité et les options de développement

Elaborer un plan de communication à partir du cahier des charges du projet et du plan d'action pour définir les actions de promotion à mener auprès des cibles identifiées et les moments opportuns pour les réaliser

Mettre en œuvre le projet à partir du cahier des charges de la conception du produit et du plan d'action afin de concrétiser chacune des étapes de la prestation œnotouristique et spiritouristique de la faire vivre et de l'animer

Assurer le suivi du projet à partir de ses objectifs et d'indicateurs de performance afin d'en assurer le bon déroulement, d'anticiper d'éventuels problèmes et d'ajuster les éléments de sa mise en œuvre

Evaluer le projet à partir de l'atteinte des indicateurs quantitatifs et qualitatifs de performance afin d'identifier les points forts et faibles du projet et les modalités de son éventuelle reconduction

Mobiliser une équipe autour d'un projet avec les méthodes d'animation appropriées afin que l'équipe mette en œuvre ses ressources au regard d'objectifs communs partagés

Mettre en œuvre des techniques de communication de façon appropriée selon les acteurs afin de leur transmettre des informations utiles

Mettre en œuvre des actions de prévention à partir d'actions de médiation afin de gérer des conflits ou des situations émotionnelles délicates

Mettre en œuvre différents outils de management à partir de besoins spécifiques afin de permettre l'inclusion d'un travailleur en situation d'handicap

Analyser la stratégie, les usages et pratiques du digital dans l'entreprise en assurant une veille digitale, en utilisant les ressources de l'entreprise afin de collecter des données en lien avec la promotion de l'œnotourisme et/ou spiritourisme, de proposer des axes d'amélioration

Elaborer une stratégie de communication en lien avec les activités œnotouristiques ou spiritouristiques en utilisant une charte éditoriale pré-définie afin d'optimiser le positionnement de l'entreprise

Concevoir des contenus sur différents outils digitaux à partir de la stratégie de l'entreprise et du calendrier de communication en utilisant les outils appropriés des applications mobiles pour mettre à jour des informations en ligne, créer des contenus ou animer son réseau afin d'augmenter sa visibilité et sa e-reputation

Définir des indicateurs et des suivis de performances des contenus générés à l'aide d'outils prédéfinis afin de préconiser des actions d'optimisation de la diffusion de contenus

Blocs de compétences

RNCP37983BC01 — Concevoir un projet œnotouristique sur un territoire

LISTE DE COMPÉTENCES

Effectuer une étude de marché primaire et secondaire avec la méthodologie appropriée afin de définir le potentiel du territoire dans la mise en place d'un produit dédié à l'œnotourisme ou au spiritourisme

Définir une problématique d'entreprise dans le domaine œnotouristique ou spiritouristique à partir des éléments de l'étude de marché et des ressources de l'entreprise afin de définir des objectifs et des caractéristiques pour un projet, un produit œnotouristique ou dans le domaine du spiritourisme

Mettre en place un dispositif de veille à partir de l'identification des acteurs et des initiatives locales ou nationales afin de définir des stratégies en fonction des évolutions de l'environnement de l'entreprise

Créer un produit œnotouristique à partir de l'analyse du potentiel œnotouristique, de la réglementation et des enjeux territoriaux afin de commercialiser des prestations œnotouristiques/spiritouristiques et des produits vinicoles et de produire un cahier des charges du projet, du produit

Définir un plan d'action et les ressources à mobiliser à l'aide d'outils de planification et de gestion de projet afin d'assurer la faisabilité, la fiabilité, la mise en œuvre et l'optimisation du projet.

Elaborer un business plan à l'aide de l'étude de marché et d'une modélisation financière des prestations œnotouristiques/spiritouristiques afin d'en définir la rentabilité et les options de développement.

Elaborer un plan de communication à partir du cahier des charges du projet et du plan d'action pour définir les actions de promotion à mener auprès des cibles identifiées et les moments opportuns pour les réaliser

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle

Étude de cas

Réalisation d'un business plan

Mise en place d'un plan de communication

RNCP37983BC02 — Manager un projet œnotouristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en œuvre le projet à partir du cahier des charges de la conception du produit et du plan d'action afin de concrétiser chacune des étapes de la prestation œnotouristique et spiritouristique de la faire vivre et de l'animer

Assurer le suivi du projet à partir de ses objectifs et d'indicateurs de performance afin d'en assurer le bon déroulement, d'anticiper d'éventuels problèmes et d'ajuster les éléments de sa mise en œuvre

Évaluer le projet à partir de l'atteinte des indicateurs quantitatifs et qualitatifs de performance afin d'identifier les points forts et faibles du projet et les modalités de son éventuelle reconduction.

Mobiliser une équipe autour d'un projet avec les méthodes d'animation appropriées afin que l'équipe mette en œuvre ses ressources au regard d'objectifs communs partagés

Mettre en œuvre des techniques de communication de façon appropriée selon les acteurs afin de leur transmettre des informations utiles

Mettre en œuvre des actions de prévention à partir d'actions de médiation afin de gérer des conflits ou des situations émotionnelles délicates

Mettre en œuvre différents outils de management à partir de besoins spécifiques afin de permettre l'inclusion d'un travailleur en situation d'handicap

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeux de rôle

Mises en situation professionnelle

Études de cas

RNCP37983BC03 — Gérer le marketing digital des activités œnotouristiques et/ou spiritouristiques d'une entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la stratégie, les usages et pratiques du digital dans l'entreprise en assurant une veille digitale, en utilisant les ressources de l'entreprise afin de collecter des données en lien avec la promotion de l'œnotourisme et/ou spiritourisme, de proposer des axes d'amélioration

Elaborer une stratégie de communication en lien avec les activités œnotouristiques ou spiritouristiques en utilisant une charte éditoriale pré-définie afin d'optimiser le positionnement de l'entreprise

Concevoir des contenus sur différents outils digitaux à partir de la stratégie de l'entreprise et du calendrier de communication en utilisant les outils appropriés des applications mobiles pour mettre à jour des informations en ligne, créer des contenus ou animer son réseau afin d'augmenter sa visibilité et sa e-reputation.

Définir des indicateurs et des suivis de performances des contenus générés à l'aide d'outils prédéfinis afin de préconiser des actions d'optimisation de la diffusion de contenus

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas pratique

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Chargé de développement en œnotourisme et spiritourisme travaille dans des petites à moyennes entreprises. 44% des entreprises du secteur ciblé par le-la titulaire emploie entre 10 et 49 salariés.

Les entreprises de la filière viti-vinicole concernées sont :

- Des exploitations viti-vinicoles (87000 producteurs sur 66 départements) ;
- Des caves coopératives vinicoles et des négociants (2700 opérateurs) ;
- Des organismes professionnels agricoles (Syndicats, Organismes de défense et de gestion des appellations, ...) ;
- L'interprofession ;
- Des maisons des vins ;
- Des négociants ;
- Des producteurs de spiritueux ;
- Des cavistes.

Et sont également employeurs, les entreprises du secteur touristique comme :

- Des offices du tourisme ;
- Des organismes territoriaux ;
- Des établissements à vocation culturelle et patrimoniale ;
- Des agences réceptives ;
- Des agences de presse et de communication spécialisées.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé de projet en œnotourisme/spiritourisme

Chargé d'œnotourisme/de spiritourisme

Responsable de spiritourisme

Responsable pôle œnotourisme

Chargé de mission œnotourisme/spiritourisme

Chargé d'accueil œnotouristique et de communication

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Si l'accès au métier de « Chargé de développement en œnotourisme et spiritourisme » n'est pas réglementé, il convient de rappeler que les vins font l'objet d'un contrôle douanier renforcé et que la communication sur l'alcool et notamment les vins est encadrée par la LOI Évin.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 020 €
Familles professionnelles (FAP)	J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports · tension 2/5 (Faible) J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 687
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	27 %

Familles professionnelles (FAP)

J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports
J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme
J6X90 — Cadres des transports et du tourisme
R1X68 — Employés des services commerciaux
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les candidats doivent posséder un titre ou diplôme de niveau 4.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Il est constitué à minima de 2 experts professionnels, du responsable de l'organisation et du représentant du responsable légal de l'organisation ainsi que d'un président de jury parmi les acteurs du territoire.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 253 €
Selon la branche	5 400 € – 7 602 €
Prise en charge	Branches concernées
7 253 €	Valeur par défaut · 207 branches
7 602 €	CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNIEFP dans la coopération agricole
5 400 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
7 403 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 102 €	CPNE de l'agriculture

Base légale

Date de décision	20/09/2023
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/09/2025
Date de dernière délivrance possible	20/09/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	7	0	86 %	—
2021	18	0	83 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35669

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42616

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://mfr-vayres.fr/les-formations/charge-de-developpement-en-oenotourisme/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37983/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 08/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).