

Chargé de développement en oenotourisme et spiritourisme

RNCP42616 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	334, 334m, 334s
Formacode(s)	42696, 42648, 42638, 42623
Code(s) ROME	K1802, G1301, M1703, G1102
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/07/2026
Date d'échéance	17/07/2029

Certificateur(s)

MFR EDUCATION ET ORIENTATION VAYRES · SIRET : 78203159500013

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé de Développement en Oenotourisme et Spiritourisme a pour mission principale de gérer le pôle et/ou le développement de l'oenotourisme au sein d'une propriété viticole ou d'une région. Il devient alors l'ambassadeur de l'image du domaine viticole et il se porte garant de la qualité des prestations. Il va donc mettre en œuvre des projets nécessitant des outils de gestion de projets, des plans d'action et du management des ressources afin de promouvoir les activités et les produits (vins ou spiritueux) de l'entreprise.

Le Chargé de développement en oenotourisme 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 oenotouristiques 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 oenotourisme 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 oenotouristique et/ou spiritouristique du territoire

Conception d'un projet oenotouristique ou spiritouristique

Pilotage de projet oenotouristique ou spiritouristique

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 un diagnostic de territoire avec la méthodologie appropriée afin de définir le potentiel du territoire dans la mise en place d'un produit dédié à l'oenotourisme ou au spiritourisme.

Définir une problématique d'entreprise dans le domaine oenotouristique ou spiritouristique à partir des éléments du diagnostic de territoire et des ressources de l'entreprise afin de définir les objectifs et les caractéristiques pour un

projet, un produit œnotouristique/ spiritouristique

Mettre en place un dispositif de veille à partir d'une analyse des besoins et des outils de veille, notamment digitaux afin de définir des stratégies de développement œnotouristique ou spiritouristique en fonction des évolutions de l'environnement de l'entreprise.

Créer un projet œnotouristique incluant l'expérientiel à partir de l'analyse du potentiel œnotouristique d'un territoire, de la réglementation, de la veille concurrentielle et des enjeux territoriaux et de transition écologique afin de commercialiser des prestations œnotouristiques/spiritouristiques répondant aux attentes des consommateurs et de produire un cahier des charges du projet ou du produit.

Définir une planification globale de développement des activités d'un projet œnotouristique avec 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 plan de communication à partir du cahier des charges du projet de développement œnotouristique, du plan d'action et de la planification des étapes du projet afin d'identifier les actions et les canaux de promotion à mettre en œuvre auprès des cibles identifiées et les moments opportuns pour les réaliser

Elaborer un business plan en intégrant les variables économiques, extra-financières et financières des prestations œnotouristiques/spiritouristiques afin d'en définir la rentabilité et les options de développement à court et moyen terme.

Réaliser la mise en œuvre d'une prestation à partir d'un cahier des charges 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 avec les supports, les formats et les canaux appropriés selon les acteurs et la nature de l'information afin de leur transmettre des informations ciblées

Prévenir et anticiper des situations à risque en identifiant les signes avant-coureurs, en réalisant un inventaire des facteurs de risque, en identifiant des situations émotionnelles délicates afin de mettre en place des actions préventive ou de médiation

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 digitale, les usages et pratiques des outils digitaux dans l'entreprise en assurant une veille digitale, en analysant les ressources de l'entreprise, le niveau d'usage en interne afin de collecter des données en lien avec la promotion numérique de l'œnotourisme et/ou spiritourisme et de proposer des axes d'amélioration et définir les grandes lignes d'une stratégie digitale

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

Rédiger des contenus interactifs sur les différents outils digitaux à partir des consignes de la charte éditoriale de l'entreprise et du calendrier de communication en utilisant les outils appropriés et la potentialité de l'intelligence artificielle en appliquant la gestion durable des pratiques afin d'augmenter sa visibilité et sa e-reputation

Réaliser le suivi des contenus générés et l'analyse des performances du plan de communication à l'aide d'outils prédéfinis (KPI) en accord avec les objectifs de la stratégie digitale afin de proposer des actions d'optimisation et d'ajustement des contenus et/ou du plan de communication

Evaluer l'impact financier de la présence digitale de l'entreprise à partir des communications diffusées et des résultats de l'analyse des performances afin d'ajuster ou de redéfinir une stratégie de communication

Blocs de compétences

RNCP42616BC01 — Concevoir un projet œnotouristique/spiritouristique sur un territoire

LISTE DE COMPÉTENCES

Effectuer un diagnostic de territoire 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 du

diagnostic de territoire et des ressources de l'entreprise afin de définir les objectifs et les caractéristiques pour un projet, un produit oenotouristique/ spiritouristique

Mettre en place un dispositif de veille à partir d'une analyse des besoins et des outils de veille, notamment digitaux afin de définir des stratégies de développement oenotouristique ou spiritouristique en fonction des évolutions de l'environnement de l'entreprise.

Créer un projet oenotouristique incluant l'expérientiel à partir de l'analyse du potentiel oenotouristique d'un territoire, de la réglementation, de la veille concurrentielle et des enjeux territoriaux et de transition écologique afin de commercialiser des prestations oenotouristiques/spiritouristiques répondant aux attentes des consommateurs et de produire un cahier des charges du projet ou du produit.

Définir une planification globale de développement des activités d'un projet oenotouristique avec 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 plan de communication à partir du cahier des charges du projet de développement oenotouristique, du plan d'action et de la planification des étapes du projet afin d'identifier les actions et les canaux de promotion à mettre en œuvre auprès des cibles identifiées et les moments opportuns pour les réaliser

Elaborer un business plan en intégrant les variables économiques, extra-financières et financières des prestations oenotouristiques/spiritouristiques afin d'en définir la rentabilité et les options de développement à court et moyen terme.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Etude de cas sur la réalisation d'une note de veille

Etude de cas : création d'un projet oenotouristique,

Etude de cas : Réalisation d'un business plan

RNCP42616BC02 — Manager un projet oenotouristique ou spiritouristique

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser la mise en œuvre d'une prestation à partir d'un cahier des charges afin de concrétiser chacune des étapes de la prestation oenotouristique 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 avec les supports, les formats et les canaux appropriés selon les acteurs et la nature de l'information afin de leur transmettre des informations ciblées.

Prévenir et anticiper des situations à risque en identifiant les signes avant-coureurs, en réalisant un inventaire des facteurs de risque, en identifiant des situations émotionnelles délicates afin de mettre en place des actions préventive ou de médiation

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

Jeu de rôle/mise en situation professionnelle test de prestation

Mise en situation professionnelle de pilotage d'un projet

Mise en situation professionnelle : Management d'équipe

Etude de cas et jeu de rôle, sur l'analyse des situations conflictuelles

Etude de cas et jeu de rôle, sur le repérage et la prise en compte des besoins spécifiques

RNCP42616BC03 — Manager le marketing digital des activités oenotouristiques et/ou spiritouristiques d'une entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la stratégie digitale, les usages et pratiques des outils digitaux dans l'entreprise en assurant une veille digitale, en analysant les ressources de l'entreprise, le niveau d'usage en interne afin de collecter des données en lien avec la promotion numérique de l'oenotourisme et/ou spiritourisme et de proposer des axes d'amélioration et définir les grandes lignes d'une stratégie digitale

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

Rédiger des contenus interactifs sur les différents outils digitaux à partir des consignes de la charte éditoriale de l'entreprise et du calendrier de communication en utilisant les outils appropriés et la potentialité de l'intelligence artificielle en appliquant la gestion durable des pratiques afin d'augmenter sa visibilité et sa e-reputation

Réaliser le suivi des contenus générés et l'analyse des performances du plan de communication à l'aide d'outils prédéfinis (KPI) en accord avec les objectifs de la stratégie digitale afin de proposer des actions d'optimisation et d'ajustement des contenus et/ou du plan de communication

Evaluer l'impact financier de la présence digitale de l'entreprise à partir des communications diffusées et des résultats de l'analyse des performances afin d'ajuster ou de redéfinir une stratégie de communication

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas pratique, à partir d'une propriété viticole

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Chargé de Développement en Oenotourisme et Spiritourisme travaille généralement dans des très petites à moyennes entreprises (TPE/PME). Cela représente environ 76% des postes en entreprises. Ces entreprises disposent d'un effectif compris entre 1 et 49 salariés.

Les entreprises de la filière qui développent l'œnotourisme sont :

- Des exploitations viti-vinicoles (59 000 producteurs sur 66 départements)
- Des caves coopératives et des négociants (1400 opérateurs)
- Des organismes professionnels de la filière vin et spiritueux (Syndicats, organismes de défense et de gestion des appellations,)
- L'interprofession
- Maisons de vins ou de spiritueux
- Musée, site Ludo pédagogique
- Cavistes

Néanmoins, des entreprises du secteur du tourisme peuvent aussi être des employeurs si elles sont dans une région viticole, comme :

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

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de Développement en Oenotourisme
- Chargé de Développement en Spiritourisme
- Chargé d'Oenotourisme
- Chargé de Spiritourisme
- Responsable d'œnotourisme
- Chargé de projet œnotourisme/spiritourisme
- Responsable pôle Oenotourisme/Spiritourisme
- Chargé d'œnotourisme et communication

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

La thématique réglementaire est en lien avec la question de la santé publique. Le candidat à la certification doit maîtriser les enjeux de la loi Evvin. Dans le parcours de certification, l'intégration de la loi Evvin, va être un critère d'évaluation dès la création de support ou dans l'animation d'une activité.

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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les candidats doivent posséder une certification professionnelle de niveau 4.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Les candidats doivent justifier d'un niveau B1 en langues.

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

Il est composé de trois personnes professionnelles externe de l'organisation et de l'entreprise d'accueil, et d'une personne appartenant au certificateur, ainsi que du responsable de la certification.

Base légale

Date de décision	17/07/2026
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/07/2029
Date de dernière délivrance possible	17/07/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2025	7	0	80 %	—
2024	7	0	100 %	50 %
2023	4	0	100 %	75 %
2022	7	0	86 %	57 %
2021	18	0	83 %	56 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37983

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/42616/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	5 000 €
Durée	540 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.