

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>Analyse du potentiel œnotouristique</b>	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.	Réalisation d'un dossier en situation professionnelle présentant les différents éléments importants de son diagnostic de territoire.	<p>Les informations recueillies sont pertinentes au regard du champ d'action de l'entreprise, sont mentionnés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la présentation de l'entreprise</li> <li>• la situation géographique</li> <li>• les produits et services proposés par l'environnement</li> <li>• l'analyse économique</li> <li>• l'analyse concurrentielle</li> <li>• l'analyse de la demande du marché</li> <li>• le plan marketing et stratégique de l'entreprise</li> <li>• les ressources humaines</li> <li>• les aspects juridiques</li> </ul> <p>Les informations recueillies sont intégrées correctement dans une analyse SWOT (Forces-Faiblesses-Menaces-Opportunités) : La synthèse rédigée par le candidat à partir de l'analyse SWOT est pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les atouts de l'entreprise sont mis en exergue</li> <li>✓ les faiblesses et menaces sont clairement exprimées</li> <li>✓ les hypothèses de création d'un projet sont posées au regard des forces, opportunités, faiblesses et menaces</li> </ul> <p>Le rapport de diagnostic est structuré et contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ un sommaire,</li> <li>✓ un plan d'annexes,</li> <li>✓ une présentation d'entreprise,</li> <li>✓ la contextualisation de l'analyse diagnostic,</li> <li>✓ deux parties développant l'analyse interne de l'entreprise ainsi que l'analyse de son environnement en fonction de l'analyse de la concurrence, les données brutes,</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ leur interprétation et leur intégration dans la matrice SWOT,</li> <li>✓ une problématique, une conclusion professionnelle et personnelle,</li> <li>✓ une bibliographie/webographie et des annexes.</li> </ul> <p>Les données principales présentées sous forme de schémas, graphiques et/ou tableaux sont accompagnées d'une analyse synthétique</p>
	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 œnotouristique.		<p>La problématique identifiée est cohérente avec les éléments du diagnostic :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ la problématique est cadrée permettant de délimiter un périmètre de projet</li> <li>✓ la problématique est réaliste en accord avec la situation de l'entreprise dans son environnement</li> <li>✓ la problématique est pertinente et justifie l'intérêt du projet et apporte une solution à des opportunités pour l'entreprise</li> <li>✓ la problématique est originale pour la valorisation du projet vis-à-vis de la concurrence</li> <li>✓ la formulation de la problématique est claire, précise et concise.</li> </ul>
	Mettre en place un dispositif de veille (concurrentielle, stratégique, digitale) à partir de l'identification des acteurs du territoire afin de définir des stratégies en fonction des évolutions de l'environnement de l'entreprise.	Etude de cas sur la réalisation d'une note de veille à partir d'un sujet d'actualité	<p>Un système de veille est mis en place de façon pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les acteurs (physiques ou digitaux) sont bien identifiés et en lien avec le sujet d'étude</li> <li>✓ les enjeux majeurs de la filière sont bien identifiés au travers des sources</li> <li>✓ les perspectives d'évolution en matière d'œnotourisme et spiritourisme sont bien repérées au travers des sources</li> <li>✓ la note de veille comporte : <ul style="list-style-type: none"> <li>• une présentation de son/ses outils de veille</li> <li>• un bilan de ses recherches</li> <li>• des perspectives à j+1 an, j+ 5 ans et j+ 10 ans</li> </ul> </li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Conception d'un projet œnotouristique</b>	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.	Réalisation d'un dossier en situation professionnelle présentant la synthèse d'un diagnostic réalisé en amont, la conception, la promotion, la mise en œuvre, l'évaluation et les pistes d'amélioration d'un projet œnotouristique/spiritouristique.	<p>La description de la création d'un produit œnotouristique /spiritouristique est claire et pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les objectifs du projet sont clairs et quantifiables</li> <li>✓ le contexte est bien exposé</li> <li>✓ les limites du projet sont bien définies</li> <li>✓ le projet proposé est innovant et original</li> <li>✓ les capacités créatives sont exploitées</li> <li>✓ les idées présentées sont claires et pertinentes</li> <li>✓ la problématique du développement durable est intégrée dans le projet</li> <li>✓ les normes en termes de réglementation, de législation, de sécurité, d'environnement et d'écologie sont bien intégrées</li> <li>✓ les conditions de participation à une labellisation ou à des concours sont exposées clairement</li> <li>✓ l'utilisation des ressources humaines et matérielles est décrite</li> <li>✓ un plan de réajustement du projet est prévu</li> </ul> <p>Le projet de commercialisation du produit œnotouristique /spiritouristique est établi correctement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ la vente aux particuliers ou aux professionnels via des séminaires d'entreprise ou des journée Teambuilding est analysée</li> <li>✓ un prix de vente est défini et cohérent par rapport à la stratégie de l'entreprise</li> <li>✓ les définitions des offres commerciales, l'argumentaire sont présentées.</li> </ul>

		Mise en situation professionnelle : création d'un package œnotouristique sur un territoire viticole choisi, différent du territoire habituel du candidat.	Le packaging œnotouristique est réaliste : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le choix du territoire est analysé et argumenté</li> <li>✓ Le budget prévisionnel est construit et en accord avec la demande du marché</li> <li>✓ Les choix de sélection en termes de visites, de restauration, de transport et d'hébergements sont analysés</li> <li>✓ L'offre œnotouristique du territoire est analysée et les points forts sont mis en avant</li> </ul>
	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 et l'optimisation du projet.	Réalisation d'un dossier en situation professionnelle présentant la synthèse d'un diagnostic réalisé en amont, la conception, la promotion, la mise en œuvre, l'évaluation et les pistes d'amélioration d'un projet œnotouristique/ spiritouristique.	Les activités du projet sont cohérentes avec le cahier des charges initiales : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les caractéristiques du projet sont exposées de façon précises</li> <li>✓ Les actions sont planifiées en s'appuyant sur la méthodologie de projet</li> <li>✓ L'échéancier est cohérent, réaliste et détaillé</li> <li>✓ L'organisation du projet est décrite en précisant les responsabilités</li> <li>✓ Les acteurs (internes ou partenaires) sont présentés</li> <li>✓ Les ressources en termes de financement, d'outils et de matériels sont définis</li> <li>✓ Les personnes cibles des différentes actions sont identifiées.</li> <li>✓ Les adaptations du projet en fonction des aléas sont expliquées</li> <li>✓ L'utilisation du langage adapté à la profession est bonne</li> </ul>
	Elaborer un business plan à l'aide de l'étude de marché et d'une modélisation financière de l'activité pour définir la rentabilité et les options de développement du projet.	Réalisation d'un business plan à partir d'un projet de création d'entreprise proposant des prestations œnotouristiques /spiritouristiques.	Le business plan est en adéquation avec la stratégie de l'entreprise. Les éléments contextuels sont bien repositionnés pour le Business Plan : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La description de l'objet de l'entreprise et son positionnement sont clairs et précis</li> <li>✓ Les produits et/ ou services sont bien définis</li> <li>✓ Les marchés visés sont expliqués</li> <li>✓ L'analyse de la concurrence potentielle est menée</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ L'évaluation des risques est réalisée</li> </ul> <p>Les enjeux financiers sont pertinents :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les budgets financiers sont clairs et réalistes.</li> <li>✓ L'état prévisionnel est établi</li> <li>✓ Les ressources nécessaires sont étudiées</li> <li>✓ Les financements et les investissements sont détaillés</li> <li>✓ Le seuil de rentabilité est calculé</li> </ul>
	Elaborer un plan de communication à partir du cahier des charges du projet pour définir les actions de promotion à mener auprès des cibles identifiées	Mise en place d'un plan de communication en lien avec la création d'un produit œnotouristique et spiritouristique, qui est ensuite travaillé en dossier de presse	<p>Le plan de communication du projet est établi en respectant la stratégie de l'entreprise. Il contient à minima :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les objectifs du plan de communication</li> <li>✓ Les groupes cibles</li> <li>✓ La stratégie et le contenu</li> <li>✓ Les responsabilités</li> <li>✓ Les indicateurs d'évaluation de la mise en place du plan de communication</li> </ul> <p>La traduction du plan de communication en dossier de presse, dans le cadre de la création d'un produit œnotouristique / spiritouristique, est effectuée de façon pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les missions du dossier de presse sont mises en avant</li> <li>✓ les articles sont bien écrits, structurés, sans faute d'orthographe, clairs et concis</li> <li>✓ les sujets abordés sont bien contextualisés</li> <li>✓ les sources utilisées sont fiables</li> <li>✓ le dossier est bien organisé, logique</li> <li>✓ le dossier est bien présenté et adapté à l'utilisation dans la promotion</li> <li>✓ la phase de diffusion est argumentée</li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Pilotage de projet</b>	Mettre en œuvre le projet à partir du cahier des charges de la conception du produit et du plan d'action afin de concrétiser, faire vivre et animer une prestation œnotouristique	Jeu de rôle, en entreprise, où les trois personnes du jury sont dans le rôle de touristes désirant tester la prestation œnotouristique du projet du candidat comprenant à minima une dégustation	La réalisation du projet qui consiste à la création d'une prestation œnotouristique /spiritouristique est bien définie : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La prise de réservation est fonctionnelle</li> <li>✓ Le besoin client est bien compris</li> <li>✓ L'accueil sur site est travaillé</li> <li>✓ Le confort et la compréhension des visiteurs est pris en compte</li> <li>✓ Le langage professionnel est bien utilisé</li> <li>✓ L'étape de dégustation est bien menée, les enjeux de réglementation sont pris en compte</li> <li>✓ Le candidat s'adapte au client, et échange avec ce dernier</li> <li>✓ La notion de fidélisation est abordée</li> <li>✓ Le questionnement sur la satisfaction est mené en fin de visite</li> <li>✓ La prise de congé est travaillée</li> </ul>
	Assurer le suivi du projet à partir de ses objectifs et d'indicateurs de performance afin d'en assurer le bon déroulement	Réalisation d'un dossier en situation professionnelle présentant la synthèse d'un diagnostic réalisé en amont, la conception, la promotion, la mise en œuvre, l'évaluation et les pistes d'amélioration d'un projet œnotouristique/ spiritouristique.	Les critères de suivi et d'évaluation sont cohérents avec les objectifs prédéfinis : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les indicateurs de performances sont bien définis et étudiés</li> <li>✓ Les indicateurs de performance sont identifiés aux étapes cruciales du projet</li> <li>✓ Une étude de la satisfaction de la clientèle est mise en place et est analysée</li> <li>✓ Une revue régulière des objectifs est réalisée</li> <li>✓ Des ajustements éventuels sont proposés</li> <li>✓ Des outils de suivi de projet de type GANTT sont utilisés</li> </ul>
	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	Mise en situation de restitution des résultats du projet dans le cadre de l'évaluation de ce dernier	L'évaluation est construite de façon pertinente : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les points forts et points faibles du projet sont bien identifiés</li> <li>✓ une analyse globale des aspects du projet est réalisée</li> <li>✓ des pistes d'amélioration sont présentées, elles sont</li> </ul>

	éventuelle reconduction.		<p>cohérentes avec la stratégie de l'entreprise et avec l'évolution du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ une étude de faisabilité à long terme du projet est présentée</li> <li>✓ le lien entre la problématique initiale de l'entreprise et la finalité du projet est étudié</li> </ul>
<b>Animation d'équipe</b>	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	Réalisation d'un dossier en situation professionnelle présentant la synthèse d'un diagnostic réalisé en amont, la conception, la promotion, la mise en œuvre, l'évaluation et les pistes d'amélioration d'un projet œnotouristique/ spiritouristique.	<p>L'animation d'équipe autour du projet œnotouristique est réalisée de façon pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les objectifs contextualisés du projet sont exposés aux parties prenantes du projet</li> <li>✓ L'adhésion de l'équipe autour du projet est démontrée de façon concrète</li> <li>✓ Les missions et responsabilités des acteurs dans la mise en œuvre du projet sont identifiées et communiquées aux parties prenantes</li> <li>✓ Des points réguliers d'avancement du projet sont effectués auprès de l'équipe</li> <li>✓ Les moments de succès sont partagés avec l'équipe comme les moments de difficulté</li> <li>✓ Les ajustements au cours de la mise en œuvre du projet sont partagés avec l'équipe</li> </ul>
	Mettre en œuvre des techniques de communication de façon appropriée selon les acteurs afin de leur transmettre des informations utiles		<p>Les techniques de communication, dans le du management du projet œnotouristique sont mises en œuvre de façon pertinente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les informations indispensables au projet sont identifiées</li> <li>✓ Les informations indispensables au projet sont transmises aux étapes importantes du projet</li> <li>✓ Des temps d'échanges sont planifiés auprès des acteurs pertinents</li> <li>✓ Les moments d'information descendante et montante sont bien identifiés</li> </ul> <p>Des supports de communication (supports de réunion, compte rendu) sont appropriés au contenu et au public destinataire</p>

	Mettre en œuvre des actions de prévention à partir d'actions de médiation afin de gérer des conflits ou des situations émotionnelles délicates	Etude de cas et jeu de rôle, sur l'analyse des situations conflictuelles et leur anticipation	Les situations de management d'équipe sont analysées de façon pertinente : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Les situations à risques sont analysées et des propositions d'anticipation de ces situations sont faites</li> <li>✓ Des actions de médiation sont menées</li> <li>✓ Le positionnement et le mode de communication sont adaptés en fonction des situations émotionnelles délicates</li> </ul>
	Mettre en œuvre différents outils digitaux en utilisant les outils du marché, des applications mobiles pour mettre à jour des informations en ligne, créer des contenus ou animer son réseau.	Etude de cas pratique, à partir d'une propriété viticole	La stratégie du marketing digitale est comprise et mise en pratique : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La charte éditoriale est bien travaillée et elle est cohérente</li> <li>✓ Un planning des publications /envoi newsletters est établi et est en accord avec la stratégie</li> <li>✓ Des exemples de publications et de newsletters sont présentés et sont en accord avec la charte éditoriale.</li> </ul>
	Mettre en œuvre la stratégie du marketing digital de l'entreprise avec des outils d'analyse de l'e-réputation d'une entreprise afin de vérifier son adéquation avec la stratégie de l'entreprise et alerter en cas de dérive.	Etude de cas pratique, à partir d'une propriété viticole	Une stratégie d'analyse de la présence digitale de l'entreprise est mise en place et est cohérente avec la stratégie digitale : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ L'analyse de l'impact des publications (susciter l'envie) est étudiée</li> <li>✓ L'analyse des ventes en e-commerce est réalisée. Des pistes d'améliorations sont proposées en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise</li> <li>✓ Des outils de suivi et d'évaluation sont mis en place et exploités. Les outils sont choisis par le candidat.</li> <li>✓ La notion de ciblage de la présence digitale est étudiée et des propositions sont faites pour améliorer cette démarche</li> <li>✓ Le marketing d'influence en fonction des cibles est analysé afin de proposer un plan de communication avec des influenceurs.</li> <li>✓ Un suivi des avis clients via les réseaux sociaux, les moteurs de recherche ou sur le site internet est mis en place et fonctionne</li> </ul>