

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'EVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><u>Analyse du potentiel œnotouristique et/ou spiritouristique du territoire</u></p> <p>Réalisation d'un diagnostic</p> <p>Identification des risques et des opportunités d'une entreprise</p> <p>Définition d'une problématique d'entreprise</p> <p>Recueil et analyse de donnée</p> <p>Mise en place d'un système de veille prospective</p>	<p>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.</p>	<p>A) Mise en situation professionnelle : réalisation d'un diagnostic de territoire et définition d'une problématique dans le domaine œnotouristique ou spiritouristique.</p> <p>Le territoire est défini comme la région viticole autour d'une propriété vitivinicole ou de spiritueux</p>	<p>Les informations recueillies sont pertinentes au regard du champ d'action de l'entreprise.</p> <p>Le candidat mentionne la présentation de l'entreprise, sa situation géographique, les produits et services, l'analyse économique, l'analyse concurrentielle, l'analyse de la demande du marché, le plan marketing et stratégique de l'entreprise, les ressources humaines, les aspects juridiques, la stratégie digitale, la position de l'entreprise vis-à-vis du RSE et des démarches l'environnementales.</p> <p>Les informations liées à l'environnement de l'entreprise sont prises en compte.</p> <p>Le candidat énonce la délimitation du territoire analysée est cohérente au regard de la zone d'attraction commerciale de l'entreprise, les produits et services du territoire et la structuration œnotouristique du territoire expliquée.</p> <p>Les informations recueillies sont intégrées correctement dans une analyse SWOT (Forces-Faiblesses-Menaces-Opportunités).</p> <p>La synthèse rédigée par le candidat à partir de l'analyse SWOT contient les atouts de l'entreprise mis en exergue, les faiblesses et menaces clairement exprimées, et les opportunités identifiées.</p> <p>Les hypothèses de création d'un projet sont posées au regard des forces, opportunités, faiblesses et menaces</p> <p>Le support écrit reprend toutes les données brutes ayant servis à l'analyse.</p>

			<p>Les données principales présentées sous forme de schémas, graphiques et/ou tableaux sont accompagnées d'une analyse synthétique</p>
	<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, un produit œnotouristique ou dans le domaine du spiritourisme</p>		<p>La problématique identifiée est cohérente avec les éléments du diagnostic. Le candidat cadre une problématique et délimite un périmètre de projet. La problématique choisie est réaliste en accord avec la situation de l'entreprise dans son environnement La problématique est pertinente et justifie l'intérêt du projet et apporte une solution et des opportunités pour l'entreprise. La problématique est originale et valorise le projet vis-à-vis de la concurrence. La formulation de la problématique est claire, précise et concise. Les notions de slowtourisme et de mobilité douce sont étudiées. La réglementation en vigueur telle que la loi Evin est prise en compte dans la définition de la problématique</p>
	<p>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.</p>	<p>B) Etude de cas sur la réalisation d'une note de veille à partir d'un sujet d'actualité œnotouristique ou spiritouristique d'un territoire donné identique pour tous les candidats</p>	<p>Un système de veille est mis en place de façon pertinente au regard du sujet d'actualité Le candidat identifie les acteurs du territoire (physiques ou digitaux) en lien avec le sujet. Les enjeux majeurs de la filière sont bien identifiés au travers des sources. La veille concurrentielle, stratégique et digitale est réalisée. La veille réglementaire, notamment en matière de santé publique est appliquée. Les perspectives d'évolution en matière d'œnotourisme et spiritourisme sont bien repérées au travers de différentes sources. Le candidat rédige une note de veille avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une présentation de son/ses outils de veille • un bilan de ses recherches • des perspectives à j+1 an, j+ 5 ans et j+ 10 ans

<p><u>Conception d'un projet oenotouristique ou spiritouristique</u></p> <p>Créer un projet répondant aux besoins du territoire</p> <p>Définition d'un cahier des charges de projet</p> <p>Définition d'un plan d'action</p> <p>Réalisation d'un business Plan</p> <p>Elaboration d'un plan de communication</p>	<p>Créer un produit oenotouristique à partir de l'analyse du potentiel oenotouristique, de la réglementation et des enjeux territoriaux afin de commercialiser des prestations oenotouristiques/spiritouristiques et des produits vinicoles et de produire un cahier des charges du projet, du produit</p>	<p>C) Mise en situation professionnelle : création d'un package oenotouristique sur un territoire viticole pré défini par l'intervenant.</p> <p>Tous les candidats ont le même sujet d'étude.</p>	<p>La description de la création d'un produit ou d'une prestation oenotouristique /spiritouristique est claire et pertinente.</p> <p>Le candidat définit des objectifs clairs et quantifiables.</p> <p>Le contexte est bien exposé.</p> <p>Les limites du projet sont bien définies</p> <p>Le projet proposé est innovant et original</p> <p>Les capacités créatives sont exploitées</p> <p>Les idées présentées sont claires et pertinentes</p> <p>La notion de développement durable est intégrée dans le projet</p> <p>Les normes en termes de réglementation, de santé publique, de législation, de sécurité, d'environnement et d'écologie sont bien intégrées et appliquées</p> <p>Les conditions de participation à une labellisation ou à des concours sont exposées clairement</p> <p>L'utilisation des ressources humaines et matérielles est décrite</p> <p>Un plan de réajustement du projet est prévu</p> <p>Les situations de slow tourisme, de mobilité douce sont prises en compte.</p> <p>Le projet de commercialisation du produit ou de la prestation oenotouristique /spiritouristique est établi correctement.</p> <p>Le candidat analyse la vente aux particuliers ou aux professionnels via des séminaires d'entreprise ou des journées Teambuilding.</p> <p>Un prix de vente est défini et cohérent par rapport à la stratégie de l'entreprise.</p> <p>Les définitions des offres commerciales et leur argumentaire sont présentées.</p> <p>Le packaging oenotouristique est réaliste :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le choix du territoire est analysé et argumenté ✓ Le budget prévisionnel est construit et en accord avec la demande du marché ✓ Les choix de sélection en termes de visites, de restauration, de transport et d'hébergements sont analysés ✓ L'offre oenotouristique du territoire est analysée et les points forts sont mis en avant
---	--	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le réinvestissement est réfléchi ✓ L'analyse critique a posteriori est pertinente ✓ La mise en valeur de la destination est réussie
	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.	<p>D) Mise en situation professionnelle : Conception d'un projet oenotouristiques et/ou spiritouristiques</p> <p>Les candidats sont amenés à mettre en place un projet dans une entreprise du secteur. Le sujet est validé en amont par le tuteur en entreprise et le responsable de la certification</p>	<p>Les activités du projet sont cohérentes avec le cahier des charges initial.</p> <p>Le candidat expose de façon précise les caractéristiques du projet</p> <p>Les actions sont planifiées en s'appuyant sur la méthodologie de projet.</p> <p>L'échéancier est cohérent, réaliste et détaillé</p> <p>L'organisation du projet est décrite en précisant les responsabilités</p> <p>Les acteurs (internes ou partenaires) sont présentés</p> <p>Les ressources en termes de financement, d'outils et de matériels sont définis</p> <p>Les personnes cibles des différentes actions sont identifiées.</p> <p>Les adaptations du projet en fonction des aléas sont expliquées</p> <p>L'utilisation du langage adapté à la profession est bien maîtrisée.</p> <p>Un ou des outils de planification sont exploités.</p> <p>Les outils de gestions de projets sont définis et utilisés</p>
	Elaborer un business plan à l'aide de l'étude de marché et d'une modélisation financière des prestations oenotouristiques/spiritouristiques afin d'en définir la rentabilité et les options de développement.	<p>E) Réalisation d'un business plan à partir d'un projet de création d'entreprise proposant des prestations oenotouristiques /spiritouristiques.</p> <p>Les candidats choisissent le sujet de leur création d'entreprise en lien avec la filière vin et spiritueux. Le sujet est validé en amont par le responsable de la certification.</p>	<p>Le business plan est en adéquation avec la stratégie de l'entreprise et les résultats de l'étude de marché</p> <p>Les éléments contextuels sont bien repositionnés pour le Business Plan.</p> <p>Le candidat présente la description de l'objet de l'entreprise et son positionnement de façon clairs et précis, les produits et/ ou services définis, les marchés visés.</p> <p>Il mène une évaluation des risques.</p> <p>Il fait des propositions crédibles</p> <p>Les éléments financiers sont pertinents.</p> <p>Les budgets financiers sont clairs et réalistes.</p> <p>L'état prévisionnel est établi</p> <p>Les ressources nécessaires sont étudiées</p> <p>Les financements et les investissements sont détaillés</p> <p>Le seuil de rentabilité est calculé</p>

			<p>Des outils financiers sont bien utilisés</p> <p>Les éléments de gestion sont présentés et sont cohérents. Le chiffre d'affaires prévisionnel est réaliste au regard des éléments contextuels et financiers Le résultat net est argument La capacité d'autofinancement est démontrée Le taux de marge prévisionnel est réaliste au regard des éléments contextuels et financiers</p>
	<p>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</p>	<p>F) Mise en place d'un plan de communication en lien avec la création d'un produit oenotouristique et spiritouristique, qui est ensuite travaillé en dossier de presse.</p> <p>Le thème général pour tous les candidats est imposé.</p>	<p>Le plan de communication du projet est établi en respectant la stratégie de l'entreprise. Le candidat élabore un plan de communication en accord avec la réglementation en vigueur notamment en matière de santé publique</p> <p>Il contient à minima :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les objectifs du plan de communication ✓ Les groupes cibles ✓ La stratégie et le contenu ✓ Les responsabilités ✓ Les indicateurs d'évaluation de la mise en place du plan de communication <p>La traduction du plan de communication en dossier de presse, dans le cadre de la création d'un produit oenotouristique / spiritouristique, est effectuée :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ les missions du dossier de presse sont mises en avant ✓ les articles sont bien écrits, structurés, sans faute d'orthographe, clairs et concis ✓ les sujets abordés sont bien contextualisés ✓ les sources utilisées sont fiables ✓ le dossier est bien organisé, logique ✓ le dossier est bien présenté et adapté à l'utilisation dans la promotion ✓ la phase de diffusion est argumentée

<p><u>Pilotage de projet</u></p> <p>Mise en œuvre d'un projet</p> <p>Organisation du suivi de projet</p> <p>Animation d'un projet</p> <p>Gestion des imprévus du projet</p>	<p>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</p>	<p>G) Jeu de rôle, en entreprise, où les trois personnes du jury sont dans le rôle de touristes désirant tester la prestation œnotouristique/spiritouristique e du projet du candidat comprenant à minima une dégustation</p>	<p>La réalisation du projet qui consiste à la création d'une prestation œnotouristique /spiritouristique est bien définie.</p> <p>Le candidat s'assure que la prise de réservation est fonctionnelle, et que le besoin client est bien compris.</p> <p>Il travaille son accueil sur site.</p> <p>Il prend en compte le confort et la compréhension des visiteurs</p> <p>Le langage professionnel est bien utilisé</p> <p>L'étape de dégustation est bien menée, les enjeux de réglementation (loi Evin et sécurité routière) sont pris en compte</p> <p>Le candidat s'adapte au client, et échange avec ce dernier.</p> <p>La notion de fidélisation est abordée et le questionnement sur la satisfaction est mené en fin de visite.</p> <p>La prise de congé est travaillée</p>
	<p>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</p>	<p>H) Mise en situation professionnelle de pilotage d'un projet</p> <p>Le sujet est le même que pour la conception afin de permettre au candidat de réexploiter ses recherches précédentes</p>	<p>Les critères de suivi et d'évaluation sont cohérents avec les objectifs prédéfinis.</p> <p>Les indicateurs de performance sont identifiés aux étapes cruciales du projet</p> <p>Une étude de la satisfaction de la clientèle est mise en place et est analysée</p> <p>Une revue régulière des objectifs est réalisée</p> <p>Des ajustements éventuels sont proposés</p> <p>Des outils de suivi de projet de type GANTT sont utilisés</p> <p>Une revue des indicateurs financiers est réalisée.</p> <p>Le candidat s'assure que le budget est en lien avec le budget prévisionnel</p> <p>Le taux de marge est calculé sans erreur et les éventuels écarts sont démontrés et argumentés</p> <p>Le seuil d'auto financement de l'action est calculé sans erreur et les éventuels écarts sont démontrés et argumentés</p>
	<p>Evaluer le projet à partir de l'atteinte des indicateurs quantitatifs et qualitatifs de performance afin d'identifier les points forts et faibles du</p>	<p>I) Mise en situation de restitution des résultats du projet œnotouristique / spiritouristique dans le cadre de l'évaluation de ce dernier</p>	<p>L'évaluation est construite de façon pertinente.</p> <p>Le candidat identifie les points forts et points faibles du projet</p> <p>Une analyse globale des aspects du projet est réalisée</p> <p>Des pistes d'amélioration sont présentées, elles sont cohérentes avec la stratégie de l'entreprise et avec l'évolution du projet</p>

	projet et les modalités de son éventuelle reconduction.	Le candidat doit réaliser une analyse du pilotage du projet pré défini en amont	<p>Une étude de faisabilité à long terme du projet est présentée</p> <p>Le lien entre une problématique d'entreprise et la finalité du projet est étudié</p> <p>Le discours est adapté</p> <p>Le lexique professionnel est utilisé</p> <p>Le budget final est en adéquation avec le budget prévisionnel et les éventuels écarts sont démontrés et argumentés</p> <p>La capacité d'autofinancement des actions est conforme au prévisionnel et les éventuels écarts sont démontrés et argumentés</p>
<p><u>Management d'équipe et de projet</u></p> <p>Utilisation de techniques de communication</p> <p>Utilisation de techniques managériale</p> <p>Réalisation de temps de réunion</p> <p>Gestion des conflits</p> <p>Utilisation d'outils adaptés au public même en situation de besoin spécifique</p>	<p>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</p>	<p>J) Mise en situation professionnelle : Management d'équipe</p>	<p>L'équipe projet est managée.</p> <p>La capacité à écouter, comprendre et accompagner l'équipe est démontrée au travers de situations concrètes</p> <p>L'adhésion de l'équipe autour du projet est démontrée de façon concrète</p> <p>Les missions et responsabilités des acteurs dans la mise en œuvre du projet sont identifiées et communiquées aux parties prenantes</p> <p>Des points réguliers d'avancement du projet sont effectués auprès de l'équipe</p> <p>La capacité à faire appliquer les politiques de l'entreprise en matière d'œnotourisme est démontrée</p> <p>Les ajustements au cours de la mise en œuvre du projet sont partagés avec l'équipe</p> <p>Le travail à réaliser est planifier par le manager</p> <p>L'établissement de contact avec les acteurs clés de la filière est opérationnel</p> <p>La capacité à prévenir, gérer et résoudre des situations conflictuelles est démontrée</p>
	<p>Mettre en œuvre des techniques de communication de façon appropriée selon les acteurs afin de leur transmettre des informations utiles</p>		

			Le candidat réalise des supports de communication (supports de réunion, compte rendu). Ces supports sont appropriés au contenu et au public destinataire, et adaptés pour tenir compte des personnes en situation de handicap
	Mettre en œuvre des actions de prévention à partir d'actions de médiation afin de gérer des conflits ou des situations émotionnelles délicates	K) Etude de cas et jeu de rôle, sur l'analyse des situations conflictuelles et leur anticipation Les candidats doivent gérer une situation commune à chaque candidat devant un jury.	Les situations de management d'équipe sont analysées de façon pertinente. Le candidat analyse les situations à risques et fait des propositions d'anticipation de ces situations Des actions de médiation sont menées Le positionnement et le mode de communication sont adaptés en fonction 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	L) Etude de cas et jeu de rôle, sur le repérage et la prise en compte des besoins spécifiques Les candidats devront utiliser des techniques de managements afin de repérer les situations particulières et s'adapter	Les situations de management liées à la présence d'un travailleur en situation de handicap sont analysées. La nature du handicap est analysée au regard de la situation de travail : <ul style="list-style-type: none"> ○ Le niveau d'autonomie du salarié est identifié par un entretien, ou la réalisation d'exercices simples ○ Les éventuelles compensations sont identifiées ○ Des aménagements du poste de travail sont proposés Les codes de communications sont adaptés à la nature du handicap Les supports et les outils de communication sont adaptés à la nature du handicap : La posture du manager est en accord avec la situation
<u>Définition et développement d'une stratégie digitale sur les supports numériques de l'entreprise</u> Analyse de stratégie digitale	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'oenotourisme et/ou spiritourisme, de proposer des axes d'amélioration	M) Etude de cas pratique, à partir d'une propriété viticole Tous les candidats ont accès à la même entreprise et à l'ensemble des données utiles à la réalisation de l'exercice	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"> ✓ L'analyse de l'impact des publications (susciter l'envie) est étudiée L'analyse des ventes en e-commerce est réalisée. Des pistes d'améliorations sont proposées en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise

<p>Réalisation d'une veille active</p> <p>Elaboration d'une stratégie digitale</p> <p>Définition d'un plan de communication</p>	<p>Elaborer une stratégie de communication en lien avec les activités oenotouristiques ou spiritouristiques en utilisant une charte éditoriale pré-définie afin d'optimiser le positionnement de l'entreprise</p>		<p>Une stratégie de communication est mise en place.</p> <p>Le candidat fait état de la charte éditoriale de l'entreprise et l'applique dans la stratégie.</p> <p>Il définit l'identité de l'entreprise et son positionnement</p> <p>Il explique la cible de la stratégie.</p> <p>Il fixe des objectifs et définit les lignes directrices du message à communiquer</p> <p>Il définit un plan de communication</p> <p>Le candidat explique comment il respecte la réglementation en vigueur (loi EVIN)</p>
<p><u>Conception et optimisation de la communication digitale</u></p> <p>Conception de contenus digitaux</p> <p>Définition d'outils de suivi</p>	<p>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.</p> <p>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</p>	<p>N) Etude de cas pratique, à partir d'une propriété viticole</p> <p>Tous les candidats ont accès à la même entreprise et à l'ensemble des données utiles à la réalisation de l'exercice</p>	<p>La stratégie du marketing digitale est mise en pratique.</p> <p>Le candidat travaille de façon cohérente la charte</p> <p>Un planning des publications /envoi newsletters est établi et est en accord avec la stratégie</p> <p>Des exemples de publications et de newsletters sont présentés et sont en accord avec la charte éditoriale.</p> <p>Le référencement naturel est étudié et analysé afin de définir un plan de communication</p> <p>Le contenu tient compte des impératifs de la loi EVIN</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Des outils de suivi et d'évaluation sont mis en place et exploités. Les outils sont choisis par le candidat. ✓ La notion de ciblage de la présence digitale est étudiée et des propositions sont faites pour améliorer cette démarche ✓ Le marketing d'influence en fonction des cibles est analysé afin de proposer un plan de communication avec des influenceurs. <p>Un suivi des avis clients via les réseaux sociaux, les moteurs de recherche ou sur le site internet est mis en place et fonctionne</p>