



PROGRAMME DE FORMATION

Certification Développer et promouvoir un projet œnotouristique

REFERENCES : APO-001070-951-2025 ET APO-001070-951-2026 (H)

PEDAGOGIE		SUPPORT ADMINISTRATIF (SEFCA)	
Responsable pédagogique : Hervé ALEXANDRE rvalex@ube.fr Institut Universitaire de la Vigne et du Vin		vigne-vin.sefca@u-bourgogne.fr Anne-Marie FLACK / Sandrine CARNIO 03 80 39 62 34 / 06 65 97 87 86	
Fondamentaux Vignes et vins		20h	
Description d'un terroir, paysage viticole, climat viticole Physiologie de la vigne et techniques viticoles (avec activités de terrain) Elaboration des vins Dégustation			
Fondamentaux œnotourisme		15h	
Définition et typologies de l'œnotourisme Tendances nationales et internationales Profils et attentes des clientèles œnotouristiques Rôle du patrimoine, du paysage, de la culture et du vin Acteurs clés : vignerons, offices de tourisme, interprofessions, collectivité			
Conception et structuration d'un projet œnotouristique		25h	
Diagnostic du territoire et de l'exploitation Création d'expériences œnotouristiques : Visites de cave et de vignoble Dégustations expérientielles Ateliers, événements, hébergement, restauration Storytelling et mise en récit du domaine Design de l'expérience client (parcours, émotions, sens) Accessibilité, durabilité, œnotourisme responsable			
HISTOIRE ET PATRIMOINE VITICOLE		10h	
La vigne et le vin de l'antiquité à nos jours Terroirs, AOC / Le goût du vin			

Réglementation, sécurité et cadre juridique	5h
Réglementation de l'accueil du public Responsabilités civiles et assurances Normes ERP Vente d'alcool, dégustations et législation Hygiène, sécurité, accessibilité PMR Protection du patrimoine et de l'environnement	
Marketing et communication œnotouristique	20H
Positionnement marketing et segmentation des clientèles Construction d'une marque œnotouristique Communication digitale : Site internet, SEO Réseaux sociaux Plateformes de réservation et d'avis Relations presse et influenceurs Marketing territorial et partenariats locaux Création de supports de communication (print & digital) Commercialisation B2C et B2B (agences, TO, entreprises)	
Gestion pilotage et viabilité économique	15H
Modèles économiques de l'œnotourisme Construction d'un budget prévisionnel Politique tarifaire Indicateurs de performance Recherche de financements et subventions Suivi et évaluation du projet	
Projet tutoré et accompagnement personnalisé	10H
Accompagnement individuel ou en petits groupes Finalisation du projet œnotouristique Présentation orale du projet devant un jury Feedback et axes d'amélioration	
VOLUME HORAIRE TOTAL	120H