



Formation

Faire émerger un projet
d'œnotourisme sur son
exploitation



« Développer l'accueil sur l'exploitation nécessite de faire la différence entre la commercialisation des vins et le service d'accueil. L'objectif est alors de faire découvrir un environnement, une histoire, des valeurs, une sensibilité, une expertise..., qui ne constituent pas en soi un discours technique et commercial mais une approche expérientielle ou l'acte d'achat du vin devient un aboutissement dans un parcours de découverte. Faire de l'œnotourisme ne se décrète pas. C'est un projet d'entreprise qui s'intègre dans un processus de valorisation du domaine en prenant sa source dans la maîtrise des attentes des clients. »

Alexandrine Davesne, Conseillère en Développement Touristique et œnotourisme

Objectifs de la formation

- ◇ Développer ou valoriser l'expérience d'accueil au caveau.
- ◇ Concevoir une prestation œnotouristique à partir de son potentiel et de ses ressources.
- ◇ Développer une approche hédoniste de la dégustation.
- ◇ Connaître les leviers de communication et de distribution d'une offre œnotouristique.
- ◇ Appréhender les aspects réglementaires de l'accueil et des prestations payantes intégrant la consommation de vins.

Public

- ◇ Tous les exploitants viticoles qui souhaitent faire de l'œnotourisme un levier de progression des ventes directes, qui cherchent à valoriser l'image du domaine viticole par une activité œnotouristique structurée et/ou qui projettent de développer de nouveaux axes de communication

Durée

- ◇ 5 séances de 7 heures
- ◇ de février à mars 2020

Programme

Séance 1 - Environnement œnotouristique et émergence de projet.

- ◇ Connaître les profils des clientèles œnotouristique pour créer une offre adaptée.
 - profils des clientèles : œnophiles, experts, épicuriens...
 - Segmentations (entreprises, familles, groupes, individuels)
- ◇ Les différentes activités pratiquées au sein des exploitations : panorama/positionnements.
- ◇ Avantages et contraintes du développement d'une activité œnotouristique.
- ◇ Les bases de l'accueil : qualité d'accueil, horaires, mise en tourisme de l'exploitation et du caveau.
- ◇ Concevoir une offre : (autodiagnostic, bâtir un projet, définir un plan d'actions)

Séance 2 - Connaître son terroir, ses spécificités, son histoire pour enrichir son discours.

- ◇ S'approprier la composante historique de la Champagne : notion de terroir, d'appellation, spécificités de la champagne, anecdotes territoriales pour créer la différence.
- ◇ Détection des composantes historiques, culturelles, techniques de l'exploitation comme base pour la conception du discours dans le cadre d'un parcours de visite.
- ◇ Techniques de dégustation : développer une approche sensorielle et participative de la dégustation.

Séance 3 - Communiquer et commercialiser.

- ◇ Panorama des leviers de communication et de commercialisation :
 - ◇ institutionnels, agences de voyages, hébergeurs, restaurateurs, labels...
- ◇ Construire un plan de communication : Les outils de communication : site web, presse, réseaux sociaux ...
- ◇ Définir une stratégie digitale optimale : Les clés d'une stratégie webmarketing réussie
- ◇ Créer un contenu différenciant : storytelling

Séance 4 - Règlementation des activités œnotouristiques.

- ◇ Gîtes/chambres d'hôtes : cadre réglementaire
- ◇ L'accueil du public : sécurité et accessibilité de la clientèle touristique (salle de dégustation, visite de caves, réception)
- ◇ Restauration et licences : visites de cave, dégustations payantes, pique-nique, goûters, restauration ...
- ◇ Droit du travail : transformer une tâche viticole en prestation touristique (journée vendange, découverte de la taille...)
- ◇ Commercialisation : vendre ses prestations ou des packages.

Séance 5 – A la découverte de l'expérience œnotouristique.

- ◇ Mettre le vigneron en immersion à travers un parcours de visite de sites œnotouristiques.
- ◇ Lui permettre d'intégrer la notion "d'expérience client" dans le développement d'un projet œnotouristique. (Mini audit de site à partir d'un outil diagnostic.)
- ◇ Bénéficier des conseils d'une agence réceptive spécialisée dans l'œnotourisme.
Déplacements individuels sur site ou co-voiturage selon possibilités.

Les Intervenants

Les intervenants sont des experts reconnus dans leurs domaines de compétence (marketing du vin, œnotourisme, juristes...)



Alexandrine Davesne
**Expert conseil en développement
touristique**
Cellule Conseil Tourisme
Chambre d'Agriculture de la Marne

Adrien Asselin-Bouvet

Expert filière viti-vinicole

Cabinet Global Experts Conseil
Reims



Christine Moussour
Responsable Service employeur

Olivia Soyer
Service Juridique et Fiscal

Syndicat Général des Vignerons

Organisme de formation

Global Experts Conseil

11 Rue Goïot 51100 Reims



Coût de la formation :

Tarif: 1050€ par stagiaire.

Prise en charge VIVEA : 700€ - Reste à la charge du stagiaire : 350€ dans la limite du plafond de 2000 euros TTC disponible par stagiaire et par an.

Les chefs d'entreprise en individuel ou gérant de société (SARL, EARL, GAEC...) qui sont au régime réel d'imposition peuvent bénéficier du crédit d'impôt formation sur le restant à charge. Dans ces cas, la convention et le chèque de règlement doivent être établis au nom de l'entreprise.

Autre prise en charge possible selon organisme de formation : FASEA...

Dates, horaires et lieu

Mardi 4 février - Jeudi 13 février - Jeudi 5 mars –mercredi 18 mars - Mardi 31 mars

Horaires : de 9h30 à 13h00 le matin - De 14h00 à 17h30 l'après-midi.

les séances auront lieu au SGV , 17 Avenue de Champagne à Epernay.

Votre contact pour toute question concernant le programme :

Mme Alexandrine Davesne - 06 44 20 73 19. alexandrine.davesne@marne.chambagri.fr

Votre contact pour toute question administrative et/ou dossier VIVEA/FASEA :

Mme Béryl Pic-Paris – GEC - 06 74 25 61 02 - bpicparis@globalexpertconseil.fr