

CENOTOURISME, PATRIMOINE ET SENSORIALITÉ

FULL
ENGLISH
TRACK

WINE TOURISM, HERITAGE AND SENSES

DOUBLE DIPLÔME
DIPLOME UNIVERSITAIRE (DU) & BACHELOR
PROMOTION 2018 - 2019 - REIMS, CHAMPAGNE



L'ŒNOTOURISME...

The economy of the wine-sector tourism is rapidly expanding throughout the world today. The stakes are therefore significant, in terms of increasing the number of visitors in wine-growing areas and stimulating the sales of wine. This is about a key sector that carries an art of living and conveys some values of exchange, experience, totally in line with the increasingly demanding expectations of tourists.



...À L'INTERNATIONAL

L'économie du tourisme vitivinicole est aujourd'hui en pleine croissance dans le monde. Les enjeux sont importants, en termes d'accroissement de la fréquentation des régions viticoles et de stimulation de la vente des vins. Il s'agit d'une filière clé qui porte un art de vivre et véhicule des valeurs d'échange, d'expérience en parfaite adéquation avec les attentes toujours plus exigeantes des touristes.

...EN FRANCE

10 000 CAVES
touristiques

10 MILLIONS
visiteurs/an
dans les vignobles

67
destinations labellisées
« **VIGNOBLES & DÉCOUVERTES** »

42%
D'ŒNOTOURISTES
SONT ÉTRANGERS
en priorité Belges,
Britanniques, Néerlandais,
Allemands et Américains



31
MUSÉES
+
SITES THÉMATIQUES
VIN
= **1**
PLUS D' MILLION
visiteurs/an

45%
DES CLIENTS
choisissent la région pour
sa gastronomie et ses vins,
c'est la première motivation
des visiteurs

Le Grand-Est est la
1ÈRE RÉGION
ŒNOTOURISTIQUE
de France

Durant leur séjour,
46%
DES TOURISTES
visitent des caves ou
achètent du champagne

...EN CHAMPAGNE

€
1,4 MILLIARD
d'euros
4% du PIB régional
ET PLUS DE
18 000 EMPLOIS

17,2%
DES ŒNOTOURISTES
EN FRANCE
ont visité le vignoble
de Champagne

Le vignoble de Champagne
2ÈME VIGNOBLE
LE PLUS VISITÉ
EN 2016
après le Bordelais

3 VISITEURS
SUR **5**
sont étrangers

Source : Tourisme et vin - les clientèles françaises et internationales, les concurrents de la France. Atout France, INSEE Partenaires régionaux, Enquête marketing des clientèles EUREMA ORTCA, 2016.

The listing of Slopes, Houses and Cellars of Champagne at UNESCO World Heritage: « It is like touching universality »

L'inscription des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne à l'UNESCO : « c'est toucher du doigt l'universalité »

P. CHEVAL, premier Président de l'Association « Paysages du Champagne »

« The symbolic image of champagne, unique in the world, as the symbol of the French art of living, of celebrations, of reconciliation and victory »

« L'image symbolique unique au monde du champagne en tant que symbole de l'art de vivre à la française, de la célébration, de la réconciliation et de la victoire »

UNESCO



40% « LES ÉPICURIENS »

Visitors mainly came for tasting wines and visiting cellars.

Venus majoritairement pour déguster du vin, visiter des caves.

LES ŒNOTOURISTES



20% « LES EXPLORATEURS »

The wine, the vine, the vineyard are the most significant reasons for making a stay. People look for so-called secrets and unknown addresses.

Le vin, la vigne et le vignoble sont les motifs déterminants du séjour. Ils en cherchent les secrets et les adresses méconnues.

24% « LES CLASSIQUES »

The wine is part of the discovery of a destination heritage, but not exclusively. Tourists are less attracted by making stays in wine-growing areas.

Le vin participe à la découverte du patrimoine d'une destination, mais pas exclusivement. Ils sont moins adeptes de séjours en régions viticoles.

16% « LES EXPERTS »

They are looking for history, the culture of a terroir, the whole universe of wine

Ils sont à la recherche de la découverte de l'histoire, de la culture d'un terroir, de tout l'univers du vin.



TRAINING OBJECTIVES

The double degree aims at training technical, multi-skilled and operational executives in the highly diverse activities of œnotourism. They will have a good knowledge of wine production, a good knowledge in the sensory approach of the territory, of the management principles of eco-responsible projects. They will be familiar with the latest tools of digital culture. During their career, they will be able to move towards a large range of jobs and responsibilities: they will learn how to optimise tastings and sales at the estate, how to pilot welcoming and reception activities, how to develop some stays, how to keep the wine sector heritage alive.

KNOWLEDGE AND SKILLS

- **To know and understand the challenges**, the key players and specificities of the wine sector **in Champagne, in France and at international level**
- **To develop** an œno-touristic project
- **To manage and lead** œno-touristic activities
- To learn how to **communicate and set up** a global communication plan using the tools of digital culture
- **To master** foreign languages

JOBS PERSPECTIVES AND EXAMPLES

- **Project Manager for œnotourism** in wine-growing estates, cooperative cellars, trading houses, specialist TO
- **Promotion and territory development Manager** of the sector within inter-branch wine committees or institutional bodies
- **Manager of tourism development** in terroir houses, museums about wine, theme parks in wine-growing areas
- **Manager of events and networking** for communities in wine-growing areas
- **Entrepreneurs** in œno-touristic activities
- **Digital communication Adviser** for œno-touristic projects

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le double diplôme proposé a pour objectif de former des cadres techniques polyvalents et opérationnels dans les activités très variées que recouvre l'œnotourisme. Dotés d'une bonne connaissance de la production du vin, d'une bonne maîtrise de l'approche sensorielle du territoire, des principes d'une gestion de projets écoresponsable et des outils de la culture digitale, ils pourront évoluer dans leur carrière vers des métiers et des responsabilités diversifiés : optimiser les dégustations-ventes au domaine, piloter des activités d'accueil et de réception, concevoir des séjours, faire vivre le patrimoine vitivinicole.

CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES

- **Connaître et comprendre les enjeux**, les acteurs et les spécificités du secteur vitivinicole **champenois, français et international**
- **Concevoir** un projet œnotouristique
- **Gérer et animer** des activités œnotouristiques
- Savoir **communiquer** et **élaborer** un plan de communication global intégrant les outils de la culture digitale
- **Maîtriser** les langues

PERSPECTIVES D'EMPLOIS ET METIERS (EXEMPLES)

- **Chargé de projets œnotouristiques** dans les exploitations viticoles, les caves coopératives, les maisons de négoce, les TO spécialisés
- **Chargé de promotion et de développement territorial** de la filière au sein des comités interprofessionnels viticoles ou des organismes institutionnels
- **Chargé de développement du tourisme** dans les maisons de terroir, les musées viticoles, les parcs à thèmes dans les régions viticoles
- **Chargé d'animation et de mise en réseau** dans les communautés de communes viticoles
- **Créateur d'entreprises** œnotouristiques
- **Chargé de communication digitale** pour des projets œnotouristiques



Sensoriality Participative teaching methods
 International perspective
 Sustainable Development
 Multilingualism Digital culture

TEACHING PROGRAMME

A steering committee made up with academics and professionals issued from the wine industry, œnotourism and communication has allowed to establish this vocational training programme and to build up a teaching team.

ALSO INCLUDED

VISITS, STUDY TRIP, EDUCATIONAL LUNCHES

SUPPORT OF PROFESSIONAL PROJECT

Preparation to job seeking
 • For students or young graduates wishing to set up a business
In Reims: Creativ Labz' Cluster
In Troyes: Young Entrepreneur Center Cluster

ACCESS TO 2 ALUMNI NETWORKS

URCA: graduates in sectors connected to vines and wines
 • Group ESC Troyes: 4,700 graduates worldwide

AT UNIVERSITY (SEPTEMBER TO FEBRUARY)

COURSES AND CASE STUDIES (EQUIVALENT TO 500 HOURS)

- Economic, legal and cultural environment of œnotourism
- Wine-growing sector: economy, geography, climate, sustainable development, sciences and techniques of vines and wines
- Heritage: history, arts and culture
- Sensory approach of terroirs
- Marketing and communication
- Interpersonal and intercultural communication
- Management of œno-touristic activities
- Tools and digital uses (community management, e-reputation, web)
- Second foreign language (German/Spanish/French)

SUPERVISED PROJECT (EQUIVALENT TO 100 HOURS)

- Concrete management of an œno-touristic project guided by a professional tutor
- Written report and oral presentation of the project

IN COMPANY (MARCH TO JUNE)

INTERNSHIP (4 MONTHS MINIMUM FULL TIME)

- Abroad (or in France in a international structure)
- Offers of internships with partner companies



pédagogie participative **sensorialité**
ancrage champenois
développement durable multilinguisme
culture digitale ouverture internationale

LE PROGRAMME D'ENSEIGNEMENT

Un comité de pilotage composé d'universitaires et de professionnels issus du monde du vin, de l'œnotourisme et de la communication a permis d'établir ce programme de formation professionnalisante et de constituer l'équipe pédagogique.

LES PLUS

VISITES, VOYAGE D'ÉTUDE, DÉJEUNERS PÉDAGOGIQUES

ACCOMPAGNEMENT DU PROJET PROFESSIONNEL

Préparation à la recherche d'emploi

•
Pour les étudiants ou jeunes diplômés souhaitant créer une activité

A Reims : Incubateur Creativ Labz'

A Troyes : Incubateur Young Entrepreneur Center

ACCÈS À 2 RÉSEAUX DE DIPLÔMÉS (ALUMNI)

URCA : diplômés des filières liées à la vigne et au vin

•
Groupe ESC Troyes :
4 700 diplômés dans le monde entier

À L'UNIVERSITÉ (SEPTEMBRE À FÉVRIER)

ENSEIGNEMENTS ET ÉTUDES DE CAS (ÉQUIVALENT À 500 HEURES)

- Environnement économique, juridique et culturel de l'œnotourisme
- Filière viticole : économie, géographie, climat, développement durable, sciences et techniques de la vigne et du vin
- Patrimoine : histoire, arts et culture
- Approche sensorielle des terroirs
- Marketing et communication
- Communication interpersonnelle et interculturelle
- Management des activités œnotouristiques
- Outils et usages numériques (community management, e-reputation, web)
- Seconde langue vivante (allemand/espagnol/français)

PROJET TUTEURÉ (ÉQUIVALENT À 100 HEURES)

- Gestion concrète d'un projet œnotouristique encadré par un intervenant professionnel
- Rédaction et soutenance du projet

EN ENTREPRISE (MARS À JUIN)

STAGE (4 MOIS MINIMUM À TEMPS PLEIN)

- À l'étranger (ou en France dans une structure fortement internationalisée)
- Propositions de stages en lien avec nos entreprises partenaires

USEFUL INFORMATION



DOUBLE DEGREE

UNIVERSITY DIPLOMA
delivered by Reims
Champagne-Ardenne University

BACHELOR DIPLOMA
delivered by Ecole Supérieure de Tourisme
(Groupe ESC Troyes)
(allows to continue studying in MBA)

60 ECTS CREDITS

Preparation to
WSET LEVEL 2 Certification
www.wsetglobal.com



TEACHING COURSES

Provided by academics and
professionals from the wine industry,
from tourism, communication,
events management



SUPERVISED PROJECT

Equivalent to 100 hours

Supervised by professionals
in œnotourism



INTERNSHIP

It is made in full time during 16 weeks
from March to June

The University will offer placement
placement facilities thanks to
its network of french
and international partners



TEACHING LANGUAGE

All the teaching courses are provided in English



RECRUITING CONDITIONS

**PEOPLE HOLDING A 2 YEAR VOCATIONAL
UNIVERSITY DIPLOMA (FRENCH BTS,
DUT), UNDERGRADUATE
OR EQUIVALENT DIPLOMA**
in the following fields: viticulture, œnology,
tourism, commerce, geography, history,
foreign languages...

**2ND YEAR OF BACHELOR TOURISM
MANAGEMENT ESC TROYES**

The training is also accessible to
professionals testifying of a 3-year
experience minimum

PRE-CONDITIONS:

- > A previous stay abroad is
highly recommended
- > Level B2 in English is required

Admission is based on academic record,
test and interview



LOCATION AND DURATION

Courses are provided
IN REIMS, FRANCE

500 hours of classes from September
to February



PRICES

Initial Training: **6,000 €**
Vocational Training: **PLEASE CONTACT US
FOR FURTHER INFORMATION**



SCHEDULE

Recruiting Sessions :
From March to July
Beginning the courses :
September 17th 2018
On-line Applications :
www.univ-reims.fr/igc

INFOS PRATIQUES



DOUBLE DIPLÔME

DIPLÔME UNIVERSITAIRE
délivré par l'Université de Reims
Champagne-Ardenne

•
DIPLÔME DE BACHELOR
délivré par l'Ecole Supérieure de Tourisme
(Groupe ESC Troyes)
(permet de poursuivre en MBA)

•
60 CRÉDITS ECTS

✚ Préparation à la certification
WSET LEVEL 2
www.wsetglobal.com



ENSEIGNEMENT

Assuré par des universitaires et
par des intervenants professionnels
du monde du vin, du tourisme,
de la communication, de l'événementiel



PROJET TUTEURÉ

Equivalent à 100 heures

•
Encadré par des professionnels
de l'œnotourisme



STAGE

Il s'effectue à temps plein
en 16 semaines de mars à juin

•
L'Université proposera des structures
d'accueil grâce à son réseau de partenaires
nationaux et internationaux



LANGUE D'ENSEIGNEMENT

L'ensemble des cours est assuré en anglais



CONDITIONS D'ACCÈS

**TITULAIRES D'UN BTS, DUT,
LICENCE OU DIPLÔME ÉQUIVALENT**
dans les domaines suivants : viticulture,
œnologie, tourisme, commerce, géographie,
histoire, langues étrangères appliquées...

•
**2^{ÈME} ANNÉE DE BACHELOR
TOURISM MANAGEMENT ESC TROYES**

La formation est également accessible
à des professionnels justifiant d'une
expérience de 3 ans minimum

PRÉ-REQUIS :

> avoir déjà effectué une mobilité
à l'étranger est fortement recommandé
> avoir un niveau B2 en anglais

•
L'admission se fera sur dossier,
test et entretien



LIEU ET DURÉE

Les cours sont dispensés à
REIMS, FRANCE

•
500 heures de cours de septembre à février



TARIFS

Formation initiale : **6 000 €**
Formation continue : **NOUS CONSULTER**



CALENDRIER

Sessions de recrutement
de mars à juillet

Début des cours :
17 septembre 2018
Candidature en ligne :
www.univ-reims.fr/igc



CCI Marne en Champagne - 5, rue des Marmouzets - 51100 Reims - wine-tourism@univ-reims.fr

