

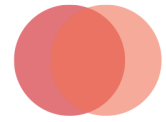
Instant Pro #7 · 14 novembre 2023

# Faire découvrir son savoir-faire



Destination  
Pornic

À couper le souffle  
©Claudia Cassano



# Sommaire



## De quoi parle-t-on ?

Définition, chiffres...



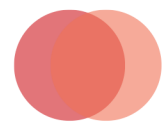
## Rencontre avec Anne Aubineau

*directrice Ouest du réseau  
national Entreprise &  
Découverte*



## Intervention d'Emmanuel Blanc

*directeur de Terre de Sel*



# *Tourisme de savoir-faire : de quoi parle-t-on ?*

*Aussi appelé tourisme industriel ou visite d'entreprise*

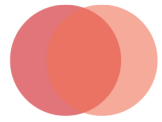
**Entreprises ouvrant leur outil de production au public** via des visites guidées notamment, à une fréquence régulière chaque année, dans le cadre d'événements dédiés (Journées du Patrimoine, Journées Régionales de la Visite d'Entreprise...) ou plusieurs fois par mois/semaine.





# *Tourisme de savoir-faire : de quoi parle-t-on ?*





# Quels enjeux pour les entreprises ?

Un tourisme qui répond aux attentes d'un tourisme plus durable :

- ancré dans les territoires parfois à l'écart des circuits touristiques classiques
- il valorise des structures existantes, sans créer d'impact supplémentaire sur l'environnement
- il encourage le tourisme de proximité
- il contribue à la différenciation, à la diversification et à la diffusion de l'offre touristique française

## Une réponse à des enjeux économiques et industriels plus larges



Retombées économiques pour les entreprises



Valorise le "fabriqué en France"



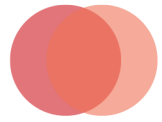
Valorise les métiers industriels auprès du grand public, notamment les jeunes



Démontrer ses engagements RSE

***Un précieux outil d'attractivité  
pour ces métiers***

***Un levier pour répondre aux  
besoins de recrutement***

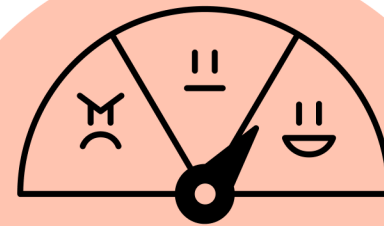


# *Pour les visiteurs : un autre tourisme*



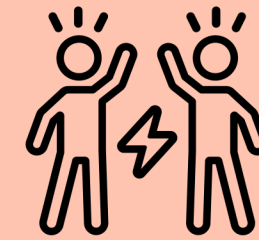
## **Apprentissage riche**

Comprendre les techniques, les savoir-faire, l'Histoire, les valeurs et engagements, vérifier le Made in France, découvrir la culture économique d'un territoire



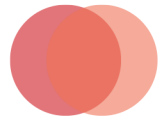
## **Expérience unique**

L'usine constitue une scénographie vivante. Le contact avec les salariés est au cœur de l'expérience du visiteur.



## **Relation privilégiée**

La notion d'hospitalité. Le client n'est pas un simple visiteur, c'est un ambassadeur.

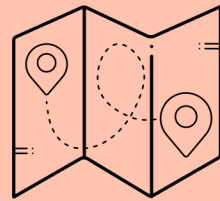


# Pour les territoires : un nouveau vecteur de développement



## Nouvelle filière

du tourisme culturel.  
En complément de  
l'offre culturelle  
classique, une filière  
présente partout en  
France, sur des  
territoires hors des  
flux.



## Marketing territorial

Créer, transformer  
l'image d'un territoire,  
permettre à la  
population de se  
réapproprier avec  
fierté son territoire.  
*Ex : Indus3Days à  
Gardanne, Le cuir dans la  
peau à Graulhet...*



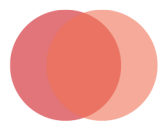
## Attractivité des métiers

Valoriser les métiers  
en tension, d'avenir  
auprès des jeunes.  
*Ex : Made In Angers*



## Tourisme durable

Un tourisme de  
proximité,  
authentique, fait de  
rencontres humaines,  
en petit groupe, avec  
des flux diffus sur le  
territoire et  
désaisonnalisés.



# Chiffres

source : Observatoire Entreprise et Découverte, 2023

**20 millions** de visiteurs accueillis dans **3 500** entreprises françaises en 2022.

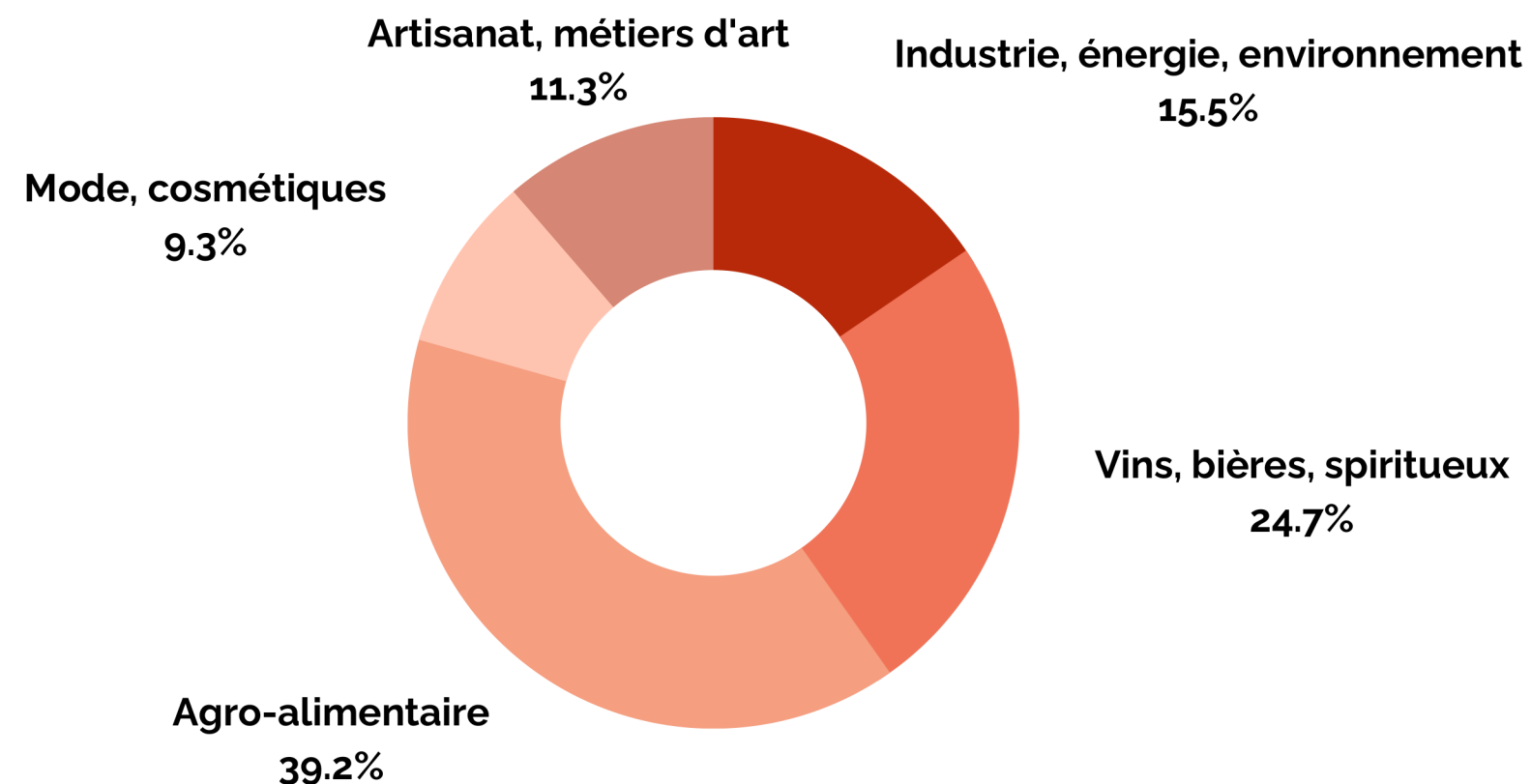
+40 % vs 2019

Nb d'entreprises qui ouvrent au public chaque année

+75 % vs 2019

**94 %** Les PME, immense majorité de la filière  
6 % : ETI / GE

## Répartition par secteur d'activité



**55 %**  
Les familles

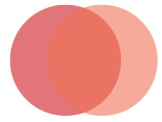
Le 1er public de la visite d'entreprise



**70 %**  
Les visiteurs de proximité

Près de 50 % des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs sur les ailes de saison, participant à la déconcentration des flux sur la saison estivale.



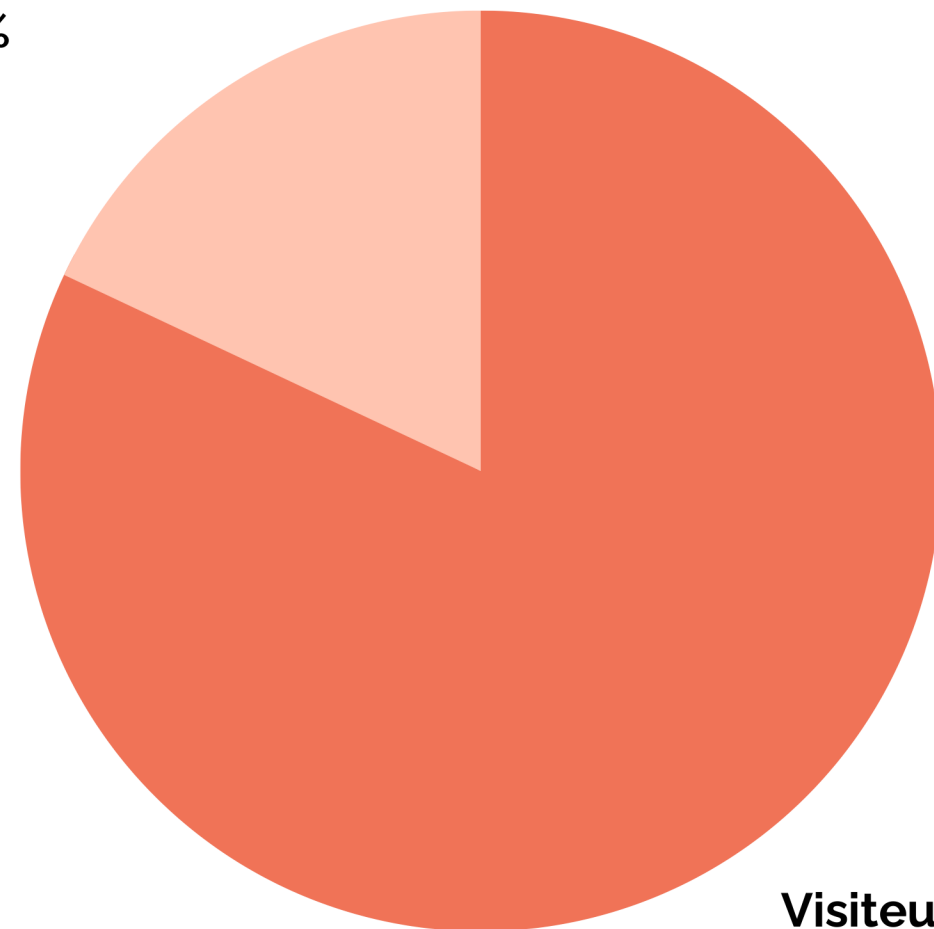


# Chiffres

source : Observatoire Entreprise et Découverte, 2023

## Attractivité du tourisme de savoir-faire à la française

Visiteurs étrangers  
18%



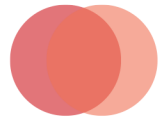
Visiteurs français  
82%

Un nouveau centre de profit pour la plupart des entreprises engagées

**9 €** Tarif moyen d'une visite

**85 %** des entreprises possèdent une boutique

**30 %** d'augmentation du panier moyen post-visite par rapport aux achats sans visite



# Rencontre avec Anne Aubineau

Directrice Ouest du réseau national Entreprise & Découverte

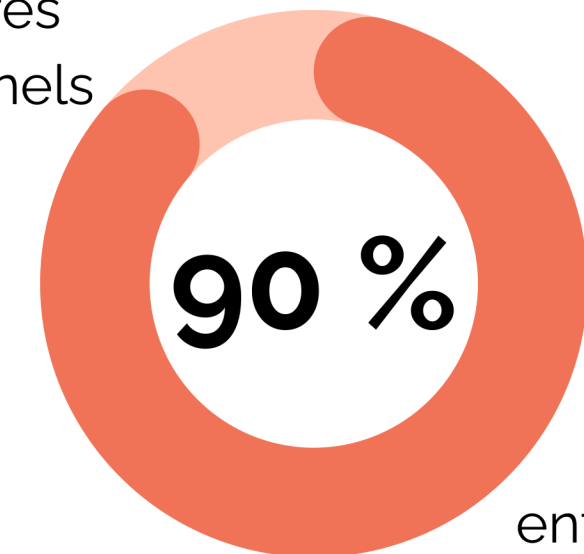


- Référence nationale de la visite d'entreprise
- Association d'intérêt général créée en 2012
- Agit en étroite collaboration avec les **Ministères** (Économie et Culture),
- **10 Régions**,
- **10 fédérations professionnelles.**

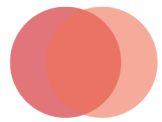


**500 entreprises partenaires (EDF, Fragonard, Valrhona...) et adhérentes.**

**10 %**  
partenaires  
institutionnels



**90 %**  
entreprises



# Rencontre avec Anne Aubineau

Directrice Ouest du réseau national Entreprise & Découverte



1

## La communication

Site internet, Guides du Routard de la visite d'entreprise...



Édition d'un **observatoire national et des régions** tous les 2 ans, qui constitue la référence de la filière.

2

## L'animation du réseau national



FRANCE SAVOIR-FAIRE D'EXCELLENCE ★

label visant à rendre visible l'offre accessible aux visiteurs étrangers

3

## L'accompagnement des entreprises

conseil, formation, réalisation, organisation des Rencontres Nationales de la Visite d'Entreprise





# Intervention d'Emmanuel Blanc

Directeur de **Terre de Sel** à Guérande

20 employés à l'année, 35 en été

## Pourquoi faire des visites ?

Parce qu'on est fier du territoire et de ses savoir-faire. Elles sont très bénéfiques sur l'image du produit et du territoire. Les clients restent fidèles post-visite et rachètent les produits.

Visites toute l'année, 15 thématiques de visites

 de 45 mn à plusieurs heures

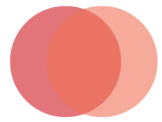
**10 paludiers** réalisent les visites : il faut aimer le contact

**20 visites-événements** en fonction des saisons, périodes, thématiques originales pour intéresser les **locaux**

 **20 visites** pour les scolaires.

Accueil des stagiaires et adultes en reconversion professionnelle.





## *Intervention d'Emmanuel Blanc*

Directeur de Terre de Sel à Guérande

### **Le tourisme de savoir-faire, créateur de richesses et d'emploi**

- Boutique : 2m€ de CA, des 10aines de producteurs locaux représentés
- Visites guidées : 500k€ de CA, 60k visiteurs / an
- Boutique à Guérande
- Cadeaux d'entreprise

= environ 3m€ de CA annuel

Vente de sel : 1 % de la COOP, mais le **CA total représente 12 % du CA de la COOP !**

Plusieurs conditions pour se lancer, et cela passe notamment par la **création d'un pôle dédié** dans l'entreprise, **même s'il n'y a qu'un poste**. C'est un investissement, cela demande d'y consacrer du **temps** et une **stratégie**.

TdS dispose de **3 pôles culturels** qui infusent les thématiques des visites : **le métier, le produit et l'écosystème des marais**.





## Intervention d'Emmanuel Blanc

Directeur de Terre de Sel à Guérande

### Pourquoi proposer des visites thématiques ?

**Pour s'adapter à son public et à ses attentes.**

TdS est passé de 3 à 15 thèmes de visite en quelques années.

Des visites classiques, mais aussi des randos, balades nocturnes, au lever et au coucher du soleil, avec dégustation...

Les visites-événements permettent d'attirer les locaux autour de thèmes spécifiques : l'arrivée d'une espèce d'oiseau, les insectes, le climat, une balade musicale... Ils redécouvrent leur cadre de vie et en sont fiers.

### Des visites gratuites ou payantes ?



Chacun sa philosophie, selon la volonté, le besoin de retour sur investissement. Mais une visite payante **valorise symboliquement le savoir-faire présenté et la qualité de la visite**. Par contre, une visite payante **engage justement l'entreprise** dans une **démarche-qualité** !

Les visiteurs sont en général prêts à payer pour **une visite d'au moins 1h** (2h max).

### En quoi Entreprise et Découverte a aidé Terre de Sel ?

TdS était déjà organisé dans l'activité de visite, mais avait besoin d'accompagnement sur le volet **communication**.

L'entreprise a intégré le label France Savoir-faire d'Excellence pour s'engager à développer ses visites en langues étrangères. 2022 : 125 visites, 2023 : 225, objectif 2024 : 500.

TdS est aussi présent dans le Routard Visite d'entreprise.



# Contacts



Pour manifester votre intérêt sur cette thématique, intégrer les actions de l'OTI à ce sujet, être mis en contact avec des partenaires locaux, mettre en place la billetterie...

**Roxane Baumal, directrice générale**

[roxane.baumal@pornic.com](mailto:roxane.baumal@pornic.com) • 06 21 55 11 94



Pour intégrer le réseau Entreprise et Découverte, le label France Savoir-faire d'excellence, être accompagné(e) pour mettre en place vos visites, la communication...

**Anne Aubineau, directrice Ouest**

[anne.aubineau@entrepriseetdecouverte.fr](mailto:anne.aubineau@entrepriseetdecouverte.fr) • 06 22 02 66 97



Pour visiter Terre de Sel, comprendre comment les visites sont organisées, échanger avec Emmanuel sur les thématiques choisies...

**Emmanuel Blanc, directeur**

[e.blanc@leguerandais.com](mailto:e.blanc@leguerandais.com) • 02 40 62 08 80