



© EDE / DRUMES Patrice



© Bixgard / Mr Papparazzo



© Les Poteries d'Albi



© L'Occitane : Sonia SCHLAETZLER

à la rencontre de nos savoir-faire

« TOURISME DE SAVOIR-FAIRE » EN RÉGION ÎLE-DE-FRANCE

21 avril 2022



20 rue vieille du temple, 75004 Paris

www.entrepriseetdecouverte.fr

ORDRE DU JOUR

1. ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE
2. LA VISITE D'ENTREPRISE, LES CHIFFRES CLÉS
3. LA VISITE D'ENTREPRISE, LES ENJEUX
4. L'APPEL À PROJET TOURISME DE SAVOIR-FAIRE
5. VOTRE PARTICIPATION AU PROJET





à la rencontre de nos savoir-faire

1. ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE

Entreprise et Découverte est l'association nationale de la visite d'entreprise. C'est une association d'intérêt général.

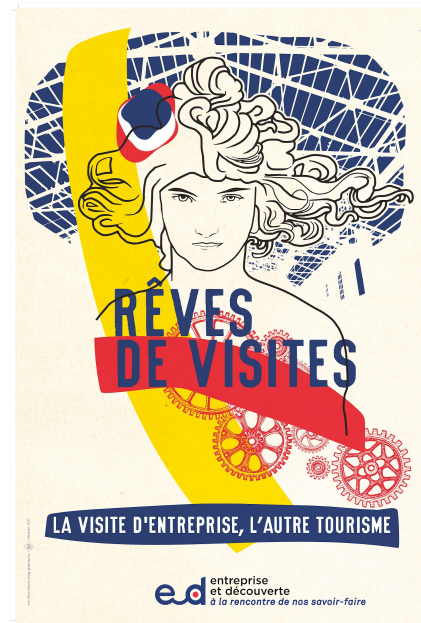
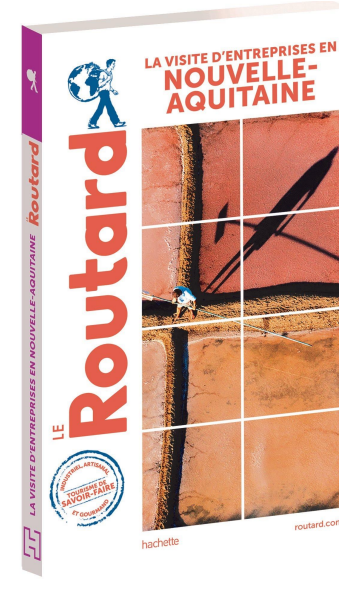
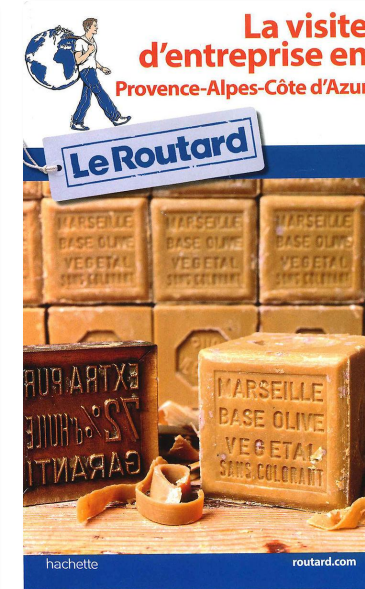
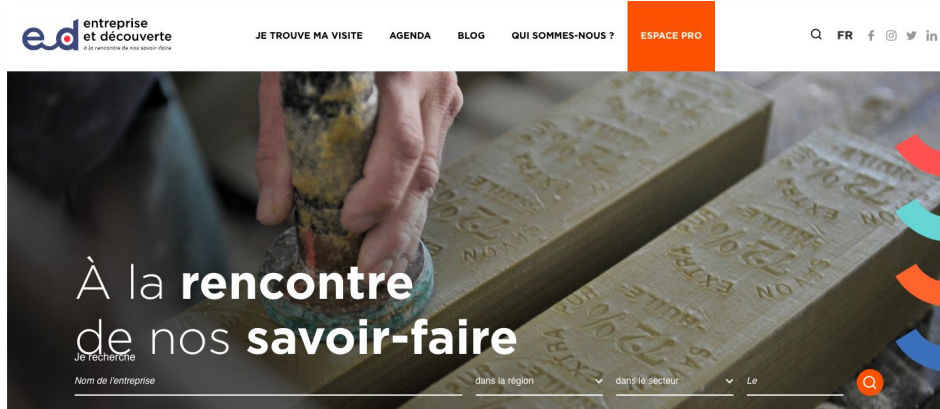
Elle poursuit 3 missions :

- La communication
- L'animation de la filière et d'un réseau de 400 adhérents
- L'accompagnement des entreprises et des institutionnels du tourisme





La communication





L'animation de la filière et du réseau

ed entreprise
et découverte
à la rencontre de nos savoir-faire

4^{ème} Rencontre nationale de la visite d'entreprise

Jeudi 6 et vendredi 7 février 2020
Saint-Nazaire et Guérande (44)



Avec le soutien de Saint-Nazaire Renversante, Terre de Sel, Les Chantiers de l'Atlantique, Airbus, EDF, Agglomération de Saint-Nazaire CARENE, Cap Atlantique, le Conseil Départemental de Loire Atlantique, le Conseil Régional de Pays de la Loire, Visitez nos Entreprises en Pays de la Loire.



**FRANCE SAVOIR-FAIRE
D'EXCELLENCE** ★



**Les prochaines Rencontres nationales se tiendront en Ile-de-France à Paris
début 2023**



L'accompagnement

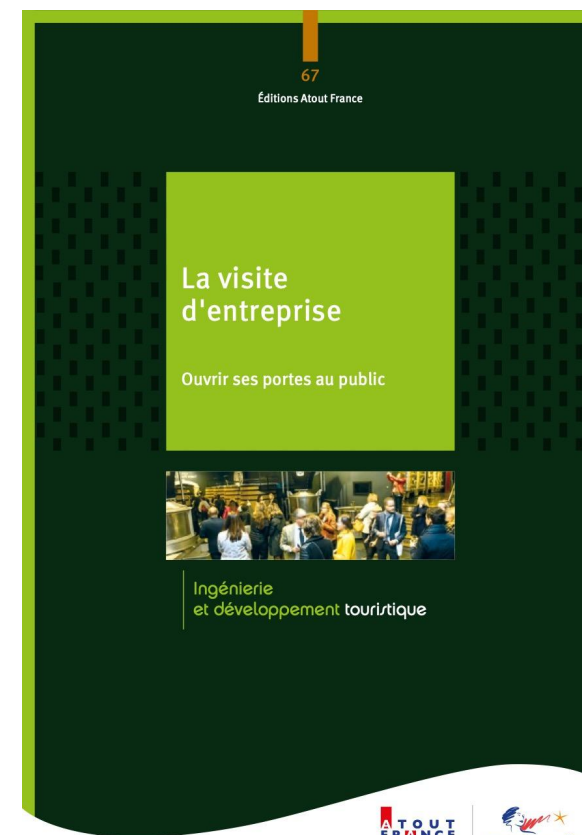
Depuis 25 ans, expert de la visite d'entreprise : audit, formation, création de parcours de visite, mise en place de JPO...

L'OCCITANE
EN PROVENCE



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

DOU AISIS
TOURISME





© EDF / DRUMES Patrice



© Bixgard / Mr Papparazzo



© Les Poteries d'Albi



© L'Occitane : Sonia SCHLAINTZNER

à la rencontre de nos savoir-faire

2. LES CHIFFRES CLÉS AU PLAN NATIONAL ET EN ILE DE FRANCE



LES CHIFFRES CLES AU PLAN NATIONAL

15 millions de visiteurs accueillis dans **2000** entreprises



21%
des visiteurs sont
des visiteurs étrangers



Les petites et moyennes entreprises
constituent l'immense majorité de la filière

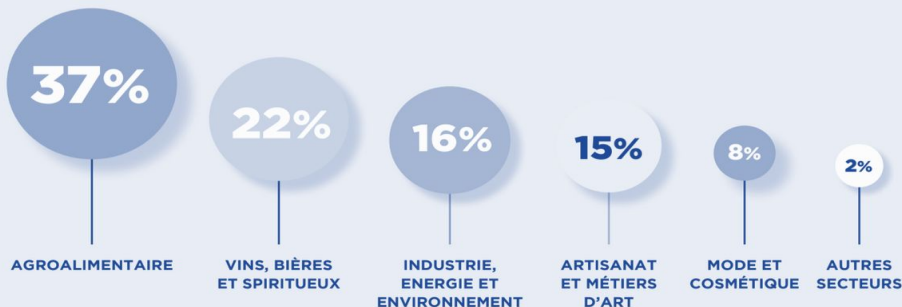
94% de TPE - PME **6%** ETI - GE



45%
des entreprises
ont plus de 50 ans

et **26%**
ont 100 ans et plus

La répartition des entreprises par secteurs d'activité



LES CHIFFRES CLES AU PLAN DE L'ILE DE FRANCE

1ère région économique de France MAIS dernière région
en nombre de visites d'entreprise

56 contre 110 en moyenne sur entrepriseetdecouverte.fr

1ère région en fréquentation étrangère MAIS dernière
région en nombre d'entreprises avec la marque France
savoir-faire d'excellence

(dont la cible sont les visiteurs étrangers)

6 entreprises contre 10 en moyenne dans les autres régions

1ère région touristique de France MAIS dernière
région en nombre de visiteurs d'entreprise
250 000 visiteurs contre 3 000 000 visiteurs en région Sud



Les 7 filières de la visite d'entreprise privilégiées en Ile-de-France

- U Les métiers d'art
- U La gastronomie
- U L'énergie et l'environnement
- U Les transports et la logistique
- U L'industrie
- U La recherche, les hautes technologies et le médical
- U Les médias et le divertissement





à la rencontre de nos savoir-faire

3. LES ENJEUX DE LA VISITE D'ENTREPRISE POUR CHAQUE PARTIE





Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour **les entreprises**, une autre relation avec le consommateur

- U Une communication privilégiée en direct avec le consommateur**, in situ : convaincre par la démonstration, donner confiance, créer un lien fort et durable, faire du visiteur un client fidèle, un ambassadeur. La visite d'entreprise est l'outil du fabriqué en France et des engagements RSE
- U Une vente directe** dans la boutique d'entreprise. Le consommateur est dans les meilleures dispositions pour acheter et la marge est maximale pour l'entreprise
- U Un outil de management efficace**. Les salariés sont valorisés par les contenus, leur participation en qualité de guide et sur le parcours de visite
- U Un moyen de valoriser les métiers en tension et d'avenir** auprès des publics jeunes





Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour **les territoires**, un nouveau vecteur de développement

- U **Le développement d'une nouvelle filière du tourisme culturel** : en complément de l'offre culturelle classique, des nouveaux sites à aménager et non pas à créer, distribués sur l'ensemble de la Région, souvent sur des territoires hors des flux
- U La mise en place d'**une action de marketing territorial** : créer, transformer l'image d'un territoire, permettre à la population locale de se réappropriier avec fierté son territoire
- U **La valorisation des secteurs, des métiers** porteurs auprès des jeunes
- U **L'émergence d'une filière qui répond à toutes les contraintes et opportunités post Covid** : locatourisme, en petit groupe, des rencontres humaines et authentiques, qui font sens





Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour les publics

Une autre vision de la découverte des territoires

- U Une réassurance sur les produits fabriqués en France** : découverte des produits en cours de fabrication, découverte des métiers et des femmes et des hommes qui fabriquent les produits , comprendre les techniques, les savoir-faire, l'histoire, les valeurs et engagements, vérifier le made in France, découvrir la culture économique d'un territoire
- U Une expérience unique avec un approche pédagogique** où le visiteur devient acteur avec des ateliers de mise en pratique, des dégustations, des démonstrations
- U Une relation privilégiée** : la notion d'hospitalité. Le visiteur n'est pas un simple client, c'est un ambassadeur. C'est la création d'une relation durable qui se joue lors de la visite
- U Des achats directs** de produits découverts lors de la visite, de produits exclusifs...





© EDF / DRUMES Patrice



© Bixgard / Mr Paparazzo



© Les Poteries d'Albi



© L'Occitane : Sonia SCHLAETZLER

à la rencontre de nos savoir-faire

4. L'APPEL À PROJET DE LA DGE (MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES)

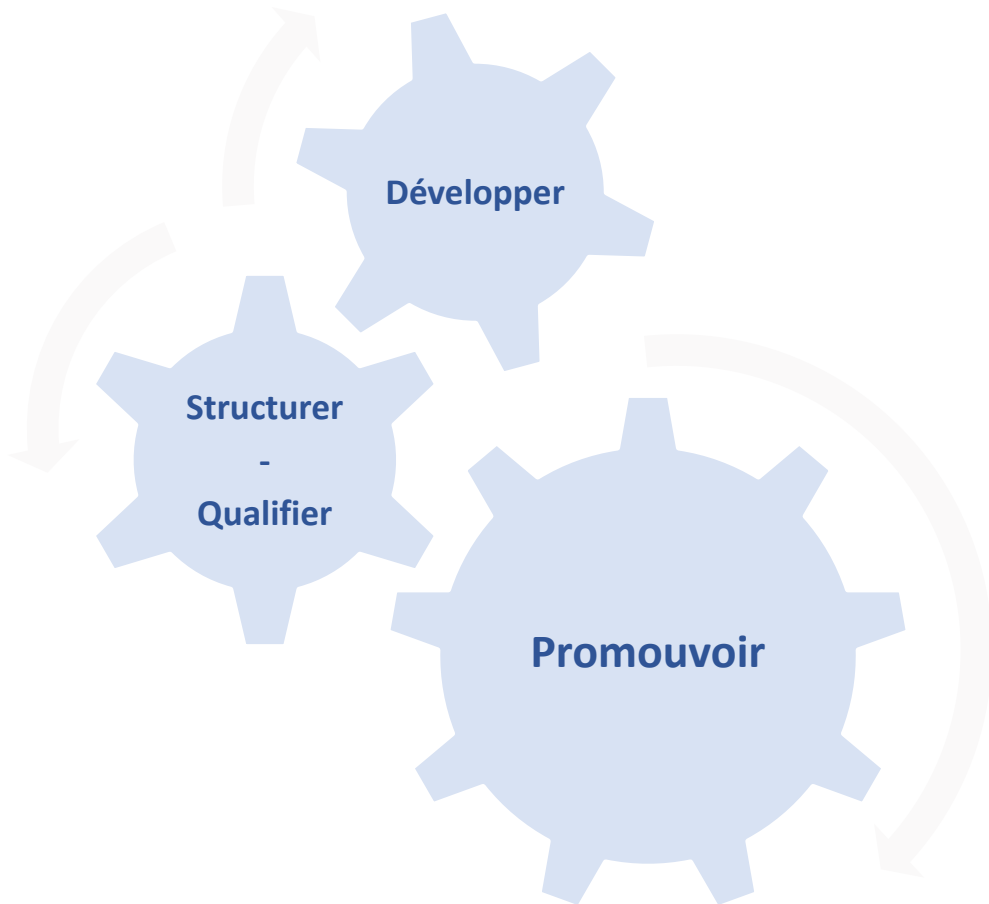
« TOURISME DE SAVOIR-FAIRE » 2020 - 2023





L'appel à projet de la DGE - Tourisme de savoir-faire 2020-2023

NOS OBJECTIFS



LE PHASAGE

VOLET 1

Réalisation du diagnostic

VOLET 2

Elaboration des plans d'action

VOLET 3

Mise en œuvre d'actions expérimentales

VOLET 4

Elaboration d'un modèle économique pour inscrire ces objectifs dans la durée

NOTRE FORCE

Une expertise depuis 25 ans

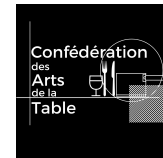
Le groupement de professionnels intégré dans chaque territoire




Le groupement de l'appel à projet Tourisme de savoir-faire en 2022



TERRE & FILS





En Ile-de-France, un diagnostic en 2022

- U Le **recensement** de l'offre de visites régulières et des événements
- U L'évaluation de la **qualité de cette offre** et **des besoins** de professionnalisation et de promotion
- U Les pratiques de la visite d'entreprise pour **les publics jeunes**
- U Le **positionnement des institutionnels** du Tourisme : stratégie, actions, attentes
- U L'analyse des potentiels dans la région : **les « pépites »** de la visite d'entreprise





Les entreprises « Pépites »?

- U Une entreprise **qui ne fait pas de visites d'entreprise grand public à titre régulier**
- U Une entreprise **attractive pour le grand public et/ou le public jeunes** à différents titres : la renommée de l'entreprise, de ses produits, un ancrage territorial fort, une histoire intéressante, un savoir-faire d'exception, un site vitrine pour les jeunes, une activité d'avenir...
- U Une entreprise présumée **intéressée par la visite d'entreprise** : intérêt du chef d'entreprise, un besoin /une volonté forte de communiquer, la capacité à vendre en direct les produits ...
- U Une entreprise capable d'accueillir des groupes (10 personnes minimum) sur son espace de production





à la rencontre de nos savoir-faire

5. VOTRE PARTICIPATION AU PROJET



20 rue vieille du temple, 75004 Paris

www.entrepriseetdecouverte.fr



Un diagnostic en 5 étapes

1. **Le recensement** de l'offre via la consultation de l'ensemble des sources par Entreprise et Découverte
2. La réalisation d'une **enquête** via **deux questionnaires** :
 - l'un à destination des **entreprises** via les **partenaires économiques**
 - l'autre à destination des **institutionnels du tourisme** via le **CRT IDF**
3. Des rendez-vous qualifiés avec une sélection **d'institutionnels du tourisme**, de **partenaires économiques** et **d'entreprises**
4. Des échanges avec les membres du **groupement de l'appel à projet** et leurs **partenaires régionaux** sur l'identification des pépites
5. Une sélection de **visites de terrain**



ETAPE 2 L'ENQUÊTE

Du côté des partenaires économiques

(Agences de développement économique,
Fédérations professionnelles...)

1

Transmettre un questionnaire
à votre
réseau d'entreprises sur :

*Leur volonté de s'engager sur
filière visite d'entreprise*

Leur offre de visite

Leurs objectifs, besoins et attentes

Temps de réponse : 3mn/5mn

2

Nous aider à identifier
les futures pépites

Pour cela **Entreprise et Découverte** vous communique

Un e-mail avec les
éléments de langage
et le lien vers le
**questionnaire en ligne
pour les entreprises**
à envoyer à vos entreprises

Un fichier Excel à compléter
par vos soins avec le nom
d'entreprises futures pépites
que vous aurez
Identifiées

Du côté des institutionnels

(ADT, OT, CCI, CMA...)

1

Répondre à un questionnaire sur :

Votre implication sur la visite d'entreprise

Les pépites

Vos besoins et attentes

Temps de réponse : 5mn/7mn

2

Lister les visites sur votre
territoire

Pour cela le **CRT** vous communique

Un e-mail
avec le lien vers un
**questionnaire en ligne
pour les institutionnels**

Un fichier Excel
à compléter
sur l'offre de
visites d'entreprise
de votre territoire

Contacts pour la mission Tourisme de savoir-faire en région Ile de France

01 42 72 10 00

Cécile PIERRE

Déléguée générale d'Entreprise et Découverte

cecile.pierre@entrepriseetdecouverte.fr

Solène BOEFFARD

solene.boeffard@entrepriseetdecouverte.fr

Thomas MANGIN

thomas.mangin@entrepriseetdecouverte.fr

