

LA CROIX

jeudi 8 août 2019 Quotidien n° 41476—2,00 €

Monde

Le Cachemire indien coupé du monde P. 7

Économie

Isolation à 1 euro, attention aux arnaques P. 9

aufidel'été...

- **Systemes d'échanges/dans des fermes bio** P. 18-19
- **Villes d'eaux d'Europe/Montecatini Terme** P. 21 à 23

éditorial

Dominique Greiner

Un bien si précieux

Près d'un quart de la population mondiale se trouve en situation de pénurie hydrique grave P. 8

Près de 1,7 milliard de personnes dans 17 pays principalement situés au Moyen-Orient et dans le nord de l'Afrique, soit un quart de la population mondiale, se trouvent en état de « stress hydrique grave », selon un rapport du World Resources Institute (WRI) publié mardi 6 août. C'est la conséquence d'un déséquilibre croissant entre des réserves en eau – inégalement réparties sur le globe – et des besoins grandissants sous l'effet de différents facteurs : évolutions démographiques, industrialisation, urbanisation, intensification agricole. Les épisodes de sécheresse ne font qu'accentuer le phénomène, mais l'on peut s'attendre à ce que la situation empire dans les décennies à venir avec le changement climatique. Avec des conséquences prévisibles qui ont pour nom insécurité alimentaire, conflit, migration et instabilité financière, selon WRI, et qui concerneront en priorité les zones qui souffrent déjà de pénuries d'eau.

La France se situe en milieu de classement avec un stress hydrique moyen. Mais les 81 départements (au 6 août au soir) concernés par des restrictions dans l'usage de l'eau viennent rappeler que la situation hydrique en France est préoccupante. Même chez nous, l'eau est rare, et l'expérience de cette rareté peut être un stimulant pour imaginer un style de vie moins gourmand en eau. L'agriculture, l'industrie, l'urbanisme, le traitement des eaux usées sont concernés au premier chef. Mais c'est aussi toute une culture façonnée par l'imaginaire d'une eau du robinet toujours disponible et abondante qu'il faut travailler pour faire découvrir combien l'eau, si utile, est un bien précieux.

La vague du tourisme industriel

Partout en France, des entreprises accueillent des visiteurs pour présenter leurs savoir-faire

P. 2-3

bayard



Depuis une douzaine d'années, les chantiers navals de Saint-Nazaire sont ouverts au public. Georges Gobet/AFP

Annexes légales p. 14
136^e année - ISSN 0242-6056 - Imprimé en France - Belgique: 2,10 €;
Canada: 6 \$; Espagne: 2,50 €; Italie: 2,80 €; Luxembourg: 2,10 €;
Maroc: 29 MAD; Suisse: 3,80 CHF; DOM: 2,70 €

M 00140 - 808 - F. 2,00 €



Partout en France, des entreprises ouvrent leurs portes aux visiteurs pour présenter leurs savoir-faire.

Parmi les hauts lieux du tourisme industriel, les chantiers navals de Saint-Nazaire dévoilent à un public nombreux les secrets de fabrication des géants des mers.

Avec 2 000 usines et sites ouverts à la visite, EDF, elle aussi, mise sur cette dynamique pour renforcer les liens avec ses clients et ses salariés.

Les Chantiers de l'Atlantique, destination touristique

— Les chantiers navals qui se sont ouverts au public il y a une douzaine d'années connaissent un succès croissant.

— L'été, poussés par la curiosité ou la passion des paquebots XXL, les touristes découvrent, en famille, ce site exceptionnel.

Saint-Nazaire (Loire-Atlantique)
De notre envoyé spécial

Quelques minutes après avoir quitté la base sous-marine, ce cœur en béton du port de Saint-Nazaire, le bus marque une pause. La barrière des Chantiers de l'Atlantique s'ouvre. Enfants, parents et cheveux blancs, la soixantaine de touristes s'apprête à faire un voyage dans un univers fait d'alignements de tôles, de portiques monumentaux dressés dans le ciel sur leurs jambes d'acier, d'ateliers où jaillissent des gerbes de feu et, bien sûr, de géants des mers. En ce début du mois d'août, ils sont deux à attendre leur prochaine livraison, dans les bassins d'armement. Le très luxueux *Celebrity Apex* et le *MSC Grandiosa*, monstre de 19 ponts et 331 mètres de long.

« Combien de temps faut-il pour construire un paquebot ? », lance, dans le bus, un impatient. « Ah doucement, vous avez deux heures pour tout découvrir », esquive Lucie, la jeune guide. Tout ? sûrement pas. Les secrets de ce royaume d'ingénierie et de technologies resteront



bien gardés. Mais la pièce qui va se jouer sous des yeux néophytes où l'on va comprendre tout le processus de fabrication de paquebots n'en est pas moins fascinante.

Au début des années 2000, les investissements dans la recherche et des équipements de pointe ont permis à l'entreprise de se positionner sur le marché des croisières. Des noms de légendes, *Queen Mary 2* (2004), *Harmony of the Seas* (2016) vont faire la réputation des Chantiers de l'Atlantique. C'est dans ce contexte que l'entreprise et la municipalité décident de s'ouvrir au tourisme industriel.

Rodolphe Legendre, le responsable des guides, a retrouvé en 2007 sa ville natale. « Mes parents m'ont appelé et m'ont dit qu'il se passait quelque chose. Et en effet, depuis douze ans, le tourisme industriel ne cesse de se développer. Il y a ici les chantiers navals mais aussi Airbus, le grand port, maintenant l'éolien. »

Nathalie et Jean-Marc sont venus avec leurs deux adolescents. Habi-

tants de la Vienne, en vacances dans une station balnéaire toute proche, ils ont programmé cette « sortie culturelle » entre promenades et baignades. « C'est la curiosité qui nous a amenés là », explique le commercial.

Martine et Rolland, deux retraités de la Nièvre, ont déjà visité la centrale nucléaire de Belleville (Cher). Ils récidivent non sans appréhension. « La centrale EDF, c'était trop technique, je n'ai rien compris, regrette Martine. Comme c'était après le déjeuner, je m'endormais. » Sa belle-sœur, une Nantaise qui les a entraînés dans cette nouvelle expérience, la rassure : « Là, tu ne seras pas déçue. »

De fait, le bus circule dans ce parc de 110 hectares où travaillent 8 000 salariés. Le parcours est pédagogique. Première étape, les ouvriers préparent les tôles découpées et marquées de sigles cabalistiques. « C34, c'est le nom de code du bateau. Chiffre pair, pour bâbord, impair, pour tribord... », décrypte Lucie.

Plus loin, les tôles sont assemblées en panneaux, des modules qui seront eux-mêmes réunis en blocs, à la manière d'un jeu de Lego géant. C'est ce côté ludique qui a convaincu Jean-Pierre et sa femme, venus il y a deux ans, de visiter de nouveau les Chantiers avec quatre de leurs petits-enfants, âgés de 9 à 13 ans. Menuisier à la retraite, Jean-Pierre trouve « important de leur montrer que le travail, ce n'est pas que le bureau et les cols blancs ».

Après une pause dans un atelier de soudure, on reprend le bus



« Il s'agit non seulement de montrer des choses exceptionnelles mais aussi de faire en sorte que le public ressorte instruit, analyse le maire adjoint chargé du tourisme, Patrice Bulting. Notre tradition du bel ouvrage doit se traduire aussi par une exigence de qualité pour les visites. »

L'histoire de Saint-Nazaire la prédisposait à jouer un rôle dans l'essor du tourisme industriel. « Les liens forts avec le monde des entreprises nous ont permis de développer ce tourisme de la curiosité et de la connaissance », poursuit l' élu. Pour les Chantiers de l'Atlantique également, l'enjeu est plus qu'une question d'image. « On veut montrer que nous sommes une entreprise moderne, tournée vers l'excellence et l'innovation », glisse Philippe Kasse, directeur de la communication de l'entreprise dont les bureaux d'études emploient 600 personnes. Il s'agit aussi de susciter des vocations. Les carnets de commandes sont pleins (onze paquebots et trois options) mais la main-d'œuvre manque. « Le public peut être prescripteur », veut croire Philippe Kasse. Les Chantiers de l'Atlantique s'ap- ●●●

D'immenses paquebots de croisière sont construits à Saint-Nazaire. Vincent Bauza



●●● prêtent à ouvrir leur centre de formation en octobre.

L'ex-menuisier Jean-Pierre et sa tribu ont choisi le programme complet. Après une nuit d'hôtel, c'est Airbus le matin, les chantiers navals l'après-midi avant de repartir chez eux, à Chef-Boutonne, dans les Deux-Sèvres. Les enfants sont ravis. Rien à envier aux destinations des années précédentes, le Puy du Fou ou le Futuroscope.

La visite se termine. Le car longe le bassin d'armement où le *Grandiosa* reçoit ses derniers soins. Soixante-dix mètres plus haut, sur le pont supérieur, on aperçoit le toboggan du parc

aquatique. « Ouah, ça brille! », s'enthousiasme une fillette.

Bernard et Anne-Marie font la moue. La vision de croisières emportant des milliers de touristes fortunés déprime ces retraités parisiens qui ont la nostalgie du camping sauvage de leurs jeunes années. « Tout ça créé des emplois, philosophe-t-elle, mais pour faire quoi ? » Lui se justifie: ils ne sont pas venus par passion des paquebots mais pour « admirer le travail que ça représente ». « Je comprends que ce soit une fierté », dit avec un brin d'émotion cet ex-ingénieur.

À Saint-Nazaire, l'avenir se prépare dans les bureaux d'études,

où l'on travaille sur les paquebots à voile ou à motorisation propre...

En attendant ces lendemains plus écolos, des éoliennes marines ont fait leur place sur les chantiers navals. On y assemble notamment celles qui équiperont le futur parc du banc de Guérande, au large de la ville. La première ferme éolienne offshore française vient de recevoir le feu vert du gouvernement et devrait fournir l'équivalent de 20 % de la consommation électrique du département. « L'industrie est une aventure, c'est cette idée que l'on veut partager avec le public », conclut plein d'espoir Patrice Bulting.

Bernard Gorce

repères

Un succès pour l'agroalimentaire et le vin

15 millions de personnes ont visité au moins une entreprise en 2018.

Avec 600 000 visiteurs, la verrerie de Biot, dans les Alpes-Maritimes, était l'entreprise la

plus visitée de France en 2017, suivi par les sites d'EDF, et enfin le cloître des Cordeliers, producteur de vins à Saint-Émilion.

Si certains grands groupes se prêtent au jeu, 93 % des entreprises ouvertes au public sont des TPE et des PME.

Conséquence des ouvertures d'ateliers et de PME artisanales, c'est le patrimoine

gastronomique qui est le plus visité en France. Deux tiers des découvertes touristiques se sont faites dans l'agroalimentaire ou les vins en 2017.

78 % des sites comprenaient une boutique, faisant de la visite touristique un enjeu majeur pour les ventes.

Source: Observatoire de l'association de la visite d'entreprise

Chez EDF, le tourisme industriel sert à valoriser les salariés

— Pour la plupart des sociétés, la visite de touristes permet de se faire connaître ou de vendre en direct via des boutiques d'usine.

— Mais en mobilisant ses salariés pour jouer les guides touristiques, EDF entend faire la démonstration de son savoir-faire et renforcer les liens entre les agents et leur entreprise.

C'est une espèce de gigantesque fleur noire posée devant un bâtiment en brique rouge typiquement toulousain. Au bord de la Garonne, ces drôles de pétales sont en réalité un concentré de technologie: des panneaux photovoltaïques qui jurent presque avec les anciennes turbines de l'usine hydroélectrique. L'espace EDF Bazacle accueille les touristes de passage depuis 1989, pour des expositions culturelles temporaires et une plongée dans l'histoire de la production électrique.

Près de 400 000 personnes ont exploré en 2017 la petite centaine de sites qu'EDF a ouvert sur le territoire, à l'image de celui de Toulouse. Si certains curieux se contentent d'un tour dans les centres d'information accolés aux centrales ou les bâtiments historiques, la moitié des visiteurs ont bénéficié d'une véritable découverte des installations industrielles.

« Dès les années 1950, nous donnions la possibilité au public de découvrir les sites de construction des grands barrages », explique le groupe. Cette démarche s'est poursuivie dans les années 1960 au moment de la construction des centrales thermiques à flamme, puis des centrales nucléaires à la fin des années 1970. « Aujourd'hui, le programme Odysselec entend valoriser le patrimoine de l'électricien avec des spectacles son et lumière et des installations artistiques.

Il faut dire que le « catalogue de vacances » proposé par EDF offre une large gamme de destinations, du barrage de l'Aigle en Corrèze, dont le chantier servait de refuge à l'Organisation de résistance de l'armée durant la Seconde Guerre mondiale, aux éoliennes de la baie de Bourgneuf sur la côte Atlantique. Parmi les quelque 2 000 usines et ateliers qui accueillent en France petites et grands curieux, l'énergéticien fait figure de poids lourd.

« Les entreprises s'intéressent de plus en plus au tourisme industriel, qui permet à la fois de se faire connaître, de mobiliser ses employés

et de doper ses ventes », explique Cécile Pierre, déléguée générale de l'association Entreprise et découverte, spécialisée dans la visite d'entreprise. Chez Fragonard par exemple, 70 % du chiffre d'affaires provient de la vente directe dans les boutiques d'usine, détaille la spécialiste.

Mais pour une entreprise publique comme EDF, ce tourisme d'un genre particulier permet surtout de rapprocher ses agents et le grand public. « Chez EDF, l'enjeu est celui de la communication, à la fois externe et interne, analyse Cécile Pierre. Pendant longtemps, le tourisme industriel était plutôt du fait des TPE et des PME, mais depuis quelques années, même les grands groupes avec des services de communication s'y mettent. »

L'entreprise publique a donc mis en place des événements spéciaux où des salariés se glissent dans la peau de guides touristiques.

Pour EDF, comme pour Suez ou Airbus, accueillir des touristes d'un jour permet de faire la démonstration de ses engagements et de ses savoir-faire. C'est aussi un bon moyen d'impliquer les salariés eux-mêmes, à condition qu'ils puissent être les démonstrateurs de leur travail et non des bêtes de foire que l'on observe derrière un cordon de sécurité. L'entreprise publique a donc mis en place des événements spéciaux où des salariés se glissent dans la peau de guides touristiques. Lors des Journées de l'industrie électrique, les 15 et 16 juin derniers, près d'un millier d'agents ont fait visiter leur lieu de travail à 12 000 personnes. « Nous n'avons aucun mal à mobiliser les salariés, même pendant le week-end, raconte une responsable. C'est important pour eux de faire connaître leur métier. »

Pour le touriste de passage, ces visites sont bien plus enrichissantes que celles d'un centre de documentation animé par des prestataires externes. « Les gens sont curieux de sites inaccessibles et interdits, comme les centrales nucléaires, reconnaît Cécile Pierre. Et là, ils ont non seulement l'opportunité de les approcher au plus près mais aussi de poser toutes leurs questions à ceux qui les font vivre au quotidien. »

Audrey Dufour