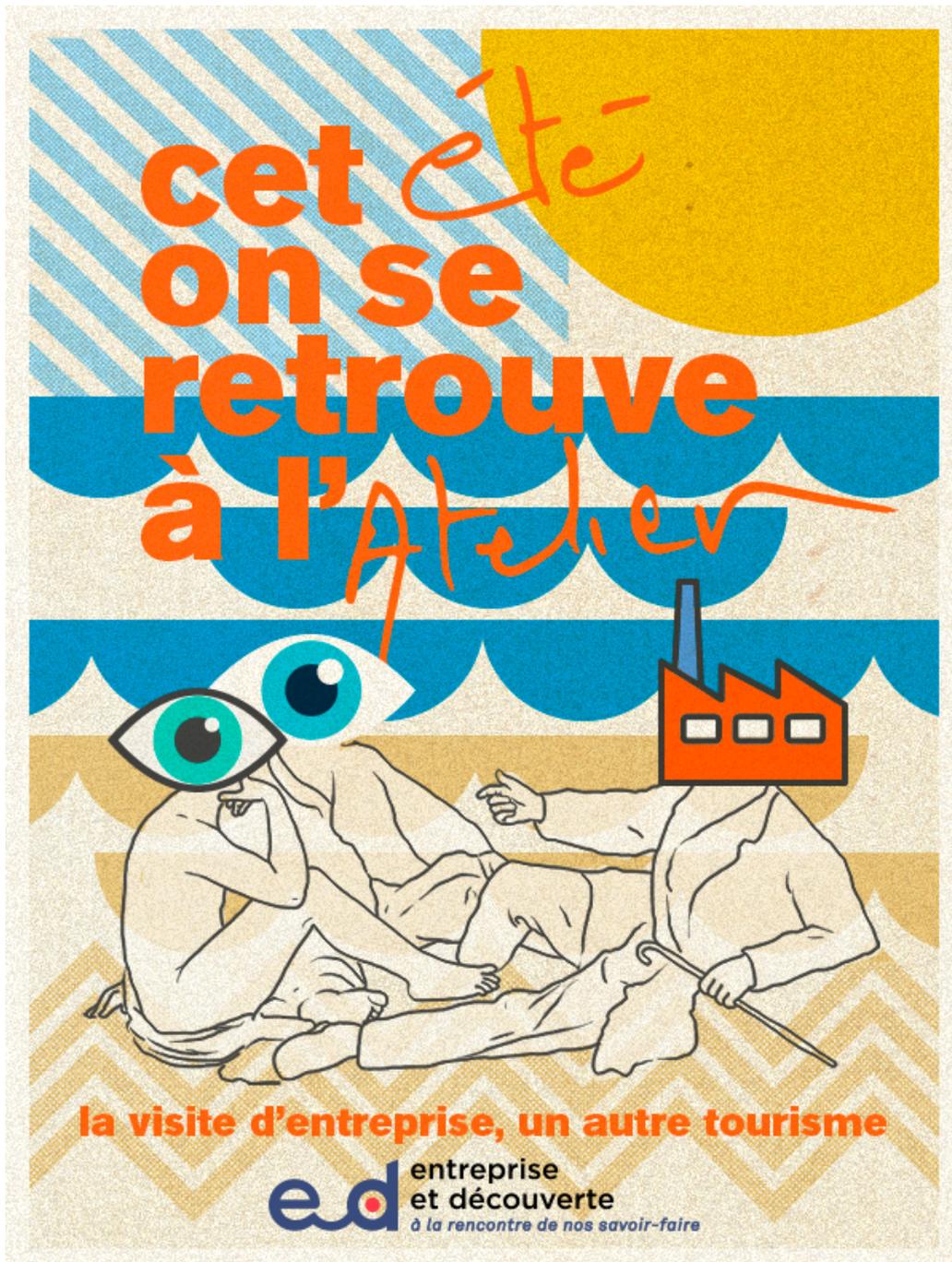




## Entreprise et Découverte lance sa nouvelle campagne de communication



L'objectif de cette nouvelle campagne, "Cet été on se retrouve à l'Atelier", est d'inciter les Français et les touristes à rencontrer les hommes et les femmes qui font le savoir-faire français, au cœur des Ateliers. Après les femmes de Mucha à l'été 2020, l'association de promotion du tourisme "industriel", a choisi cette année la figure du "Déjeuner sur l'herbe" pour affirmer une fois encore combien le tourisme de savoir-faire est un tourisme culturel.



Après ces moments d'isolement forcé, le tableau de Manet nous rappelle le plaisir d'être à nouveau ensemble. Le tourisme de savoir-faire est un tourisme humain. Enfin, au sortir de la crise COVID, la visite d'entreprise

www.tourhebdo.com

Pays : France

Dynamisme : 4



[Visualiser l'article](#)

participera à la relance française en favorisant le Fabriqué en France. C'est un tourisme engagé au bénéfice de l'économie au coeur même des territoires.

Cette année, les Français choisiront encore majoritairement la destination France. Aux côtés des offres culturelles plus « classiques », nous les convions à rejoindre les ateliers, les usines.

C'est un nouveau tourisme culturel qui permet de découvrir la France autrement : la fabrication du Roquefort ou la ganterie en Aveyron, les cidreries et distilleries de Calvados en Normandie, le savoir-faire brassicole dans le Nord et en Alsace, la savonnerie en Provence...

En 2019, 15 millions de personnes ont déjà visité une entreprise. Une offre culturelle qui saura également séduire les touristes européens de retour en France ! Ce visuel, très graphique, réalisé par l'agence USS Studio, affirme combien le travail, le savoir-faire relèvent du champ culturel.

[www.entrepriseetdecouverte.fr](http://www.entrepriseetdecouverte.fr)