

Entreprise et Découverte lance la campagne "Cet été, on se retrouve à l'atelier"

Chaque année, la visite d'entreprise attire 15 millions de curieux en France. Activité lourdement impactée par la crise sanitaire, l'association Entreprise et Découverte lui redonne de l'élan grâce à la campagne "Cet été, on se retrouve à l'atelier". Transparence, contact direct avec le client, notoriété... L'entreprise artisanale a tout à y gagner !



Quelques chiffres sur la visite d'entreprise

D'après une étude menée par l'observatoire de l'association Entreprise et Découverte en 2019, les chiffres confirment un fort succès pour ce type d'activité :

15 millions de visiteurs accueillis dans les 2.000 entreprises référencées (une progression de 30% en 7 ans) ;

21% des visiteurs sont des **visiteurs étrangers** et 55% des entreprises accueillent ces visiteurs ;

Les petites et moyennes entreprises y prennent part très activement (**94% de TPE/PME**) ;

60% des visiteurs deviennent des **consommateurs fidèles** à la marque.

Relancer le tourisme de savoir-faire

www.lemondedesartisans.fr
Pays : France
Dynamisme : 1



[Visualiser l'article](#)

Pour accompagner les 2. 000 entreprises françaises référencées déjà ouvertes au public, l'association Entreprise et Découverte, qui œuvre à la promotion du "tourisme de savoir-faire" a lancé une campagne nationale qui sera menée tout l'été.

→ **L'objectif est simple : inciter les Français à se rendre dans les ateliers et les usines pour découvrir leurs différents savoir-faire et pénétrer au cœur des processus de fabrication.**

Bon à savoir : Dans la quasi-majorité des cas, ces visites d'entreprise sont menées par les salariés eux-mêmes : qui mieux qu'eux pour partager leur expérience, leur ressenti et leur quotidien ?

Cette valorisation des salariés est une **preuve indéniable de confiance et de reconnaissance** envers les équipes.

Une interaction entre le public et l'entreprise

Durant ces visites, les salariés présentent l'histoire de leur entreprise, des produits qu'ils fabriquent au quotidien, des savoir-faire acquis avec le temps.

Ils peuvent également **répondre aux questions des visiteurs** , ce qui crée une véritable **connivence entre le public et l'entreprise** .

Visites insolites, visites familiales, visites emblématiques, visites gourmandes ou encore visites incontournables... Ces parcours peuvent prendre une thématique particulière.

Dégustation gratuite, prise en main des outils, démonstration, achat de souvenirs... : les moyens de partager son savoir-faire avec le public sont nombreux.

Sortir de la crise en s'ouvrant au public

Le tourisme de savoir-faire présente des intérêts qui vont au-delà d'un simple échange entre les entreprises et leur public : il s'agit de **contribuer à la reprise économique du pays** .

Chaque visite s'ancre dans une démarche quasi militante : la volonté de **faire (re)découvrir les savoir-faire régionaux** en jouant la carte de l'économie de proximité et des engagements spécifiques pris par les dirigeants.

Autre public visé : les scolaires, afin de séduire les plus jeunes, enfants comme adolescents, et les encourager à s'orienter vers des métiers manuels. Ces visites spécifiques sont de formidables occasions de **susciter des vocations** et de leur donner des perspectives d'avenir dans des **métiers souvent en manque de main-d'œuvre** !

Le saviez-vous ? D'un point de vue économique, l'immense majorité des visites se solde par des achats dans les boutiques/ateliers. La notoriété est également développée, tout comme la fidélisation et l'encouragement à la consommation locale.

Ils sont ouverts au public

Parmi les 2 .000 entreprises françaises qui participent à ce tourisme du savoir-faire, voici quelques références notables dans le secteur artisanal :

www.lemondedesartisans.fr

Pays : France

Dynamisme : 1



[Visualiser l'article](#)

- Le Moulin de la Veyssière , en Dordogne : le dernier moulin en activité de la vallée du Vern, spécialisé dans la production d'huiles de noix, d'amande et de noisette de très haute qualité ;
- Artamin, en Haute-Marne : le dernier fabricant d'accessoires en fleurs artificielles de France pour les créateurs de mode et de la haute-couture, labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant ;
- Les Céramiques Sant Vicens : un centre de céramique en périphérie de la ville de Perpignan créé en 1942 ;
- Le Moulin du Got : un moulin papetier toujours en activité dans le Limousin, à Saint-Léonard-de-Noblat ;
- Les Poteries d'Albi : cette entreprise familiale centenaire est la dernière manufacture en France de poteries tournées et émaillées à la main, labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant.
- **La Confiserie du Roy René** : fabricant de calissons à Aix-en-Provence depuis 101 ans, labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant .