



DOSSIER DE PRESSE

OBSERVATOIRE ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE EN RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Les chiffres 2025 de la visite d'entreprise



Confiserie du Roy René © FXE Emery

La visite d'entreprise **en chiffres**

4 200 000 visiteurs accueillis dans **415** entreprises

Une augmentation de **7%** par rapport à l'observatoire 2023 et de **35%** en 5 ans du nombre de visiteurs accueillis. Provence-Alpes-Côte d'Azur confirme sa place de leader de la visite d'entreprise en France.



Provence-Alpes-Côte d'Azur est classée en n°1 du podium.

Provence-Alpes-Côte d'Azur est classée en n°1 du podium. **La région comptabilise à elle seule 18% du nombre total des visiteurs en France (22 millions).** Nouvelle-Aquitaine est classée en n°2 avec 4 100 000 visiteurs, Grand Est en n°3 avec 3 220 000 visiteurs.



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

56% de TPE **40%** de PME **4%** d'ETI - GE

La Visite d'entreprise est l'outil privilégié des petites et moyennes entreprises.



40% des entreprises ont plus de 50 ans **13%** ont 100 ans et plus

Le tourisme de savoir-faire confirme son ancrage territorial, patrimonial et culturel. 37% des entreprises possèdent un espace muséographique.

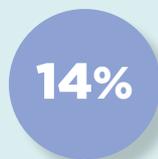
La répartition des entreprises par secteurs d'activité



AGROALIMENTAIRE



VINS, BIÈRES
ET SPIRITUEUX



ARTISANAT ET
MÉTIERS D'ART



MODE ET
COSMÉTIQUE



INDUSTRIE, ENERGIE
ET ENVIRONNEMENT

Le secteur agroalimentaire domine très largement, supérieur au national (37%), marquant l'implication forte de la gastronomie sur le tourisme de savoir-faire avec des entreprises emblématiques : le Groupe Territoire de Provence (Le Roy René, dont l'espace muséographique fête ses 10 ans en 2025, Biscuiterie de Forcalquier ...), Nougats Silvain, la Maison Herbin, le Moulin Bastide du Laval...

Toutefois ce secteur pèse un peu moins qu'en 2023 (45%) au profit du secteur des Vins, Bières et Spiritueux : Cristal Limiñana, Distilleries et Domaines de Provence, les caves du Château de Brégançon...

La région se distingue également par la place de la cosmétique, plus importante qu'au plan national (9%) avec des entreprises engagées de longue date et locomotives de la visite d'entreprise en France : Les parfumeries Fragonard, la Savonnerie Marius Fabre, L'Occitane en Provence, Aroma'Plantes...



Pour **55%**
des entreprises,
les familles
constituent
le premier
public

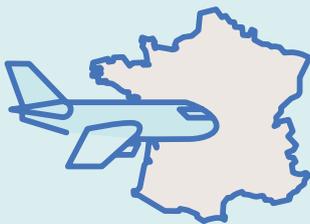
Les seniors constituent le second public important dans la région, à 45%.
La visite d'entreprise intéresse les petits et les grands. C'est le moyen pour les jeunes de découvrir les savoir-faire français, l'univers de l'entreprise et de comprendre ses métiers.



Pour **65%**
des entreprises,
le premier public
est composé
des visiteurs
de la région

Le tourisme de savoir-faire est aussi un tourisme de proximité. Il permet la reconnexion des habitants avec leurs entreprises.

Plus de 40% des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs sur les ailes de saison, participant à la déconcentration des flux hors période estivale.



40%
des visiteurs
sont des
touristes
étrangers

C'est la première région en matière d'accueil des visiteurs étrangers, plus de deux fois supérieur à la moyenne nationale (18%). La France est le seul pays à proposer ces visites au cœur de la production. Les touristes étrangers l'ont bien compris et plébiscitent de plus en plus ce tourisme culturel de sens.

Le succès de la marque France Savoir-Faire d'Excellence, créée par Entreprise et Découverte avec le Ministère des Affaires étrangères, qui distingue les entreprises d'excellence engagées dans une communication internationale, est ainsi confirmé. La région arrive en tête du nombre d'entreprises France Savoir-Faire d'Excellence (20 entreprises régionales sur 100 au national en 2024).

75%
des entreprises sont
en capacité d'accueillir
des publics individuels
internationaux

Le Tourisme de savoir-faire trouve son modèle économique



La Visite d'entreprise constitue aujourd'hui un nouveau centre de profit pour une part importante d'entreprises engagées.

9 €
le tarif moyen
de visite
contre 5,50 €
en 2019

3 500
visiteurs/an
en moyenne
accueillis par
les entreprises

88%
des entreprises
possèdent une
boutique

35%
d'augmentation
du panier moyen
post visite (par
rapport aux achats
sans visite préalable)



Top 10 des entreprises les plus visitées *

- 1 VERRERIE DE BIOT** ●★
Biot, Alpes-Maritimes (06)
420 000 visiteurs
- 2 SAVONNERIE MARSEILLAISE
LA LICORNE** ●
Marseille, Provence-Alpes-Côte d'Azur (13)
126 300 visiteurs
- 3 CONFISERIE FLORIAN**
Nice et Tourrettes-sur-Loup,
Alpes-Maritimes (06)
120 000 visiteurs
- 4 GROUPE TERRITOIRE DE PROVENCE /
LE ROY RENÉ** ●★
Aix-en-Provence, Bouches-du-Rhône (13)
85 000 visiteurs
- 5 MAISON HERBIN** ●
Menton, Alpes-Maritimes (06)
50 000 visiteurs
- 6 AU FIL DU VERRE
CRISTALLERIE DE LA FONTAINE**
Fontaine-de-Vaucluse, Vaucluse (84)
43 000 visiteurs
- 7 BASTIDE DU LAVAL**
Cadenet, Vaucluse (84)
35 000 visiteurs
- 8 SAVONNERIE MARIUS FABRE** ●★
Salon-de-Provence, Bouches-du-Rhône (13)
30 245 visiteurs
- 9 ÔKHRA**
Roussillon, Vaucluse (84)
26 235 visiteurs
- 10 L'OCCITANE EN PROVENCE** ★
Manosque, Alpes-de-Haute-Provence (04)
23 585 visiteurs

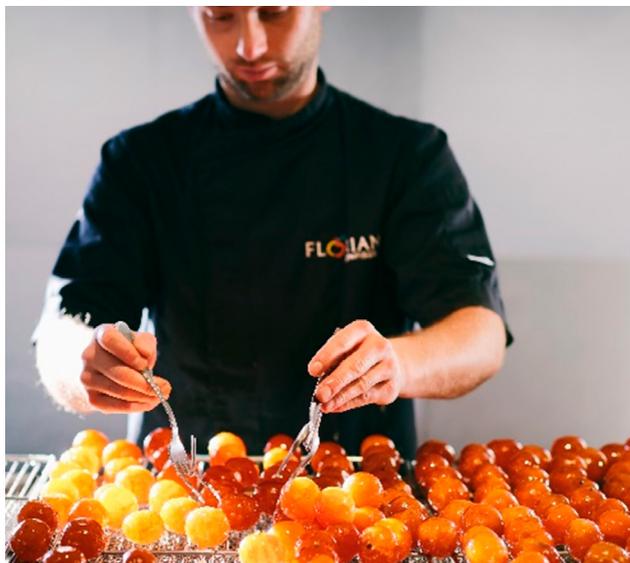
★ France Savoir-faire d'Excellence



● Entreprise du Patrimoine Vivant



* Sur la base des données 2024 communiquées par les entreprises hors Parfumeries de Grasse. Merci de citer Entreprise et Découverte et le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur pour toute exploitation de ces données.



La Confiserie Florian



Savonnerie Marius Fabre, ©G.Gardette



Verrerie Biot



Édito

LE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE EST UNE EXCEPTION ÉCONOMIQUE ET CULTURELLE FRANÇAISE qui prend aujourd'hui toute sa place au sein des entreprises et auprès des publics. Le marqueur du Tourisme de savoir-faire à la française porté par Entreprise et Découverte est une immersion au cœur des ateliers et des usines, à la rencontre des hommes et des femmes au travail.

LE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE EST UN TOURISME DURABLE : des petits groupes de visiteurs, une offre non délocalisable et non reproductible, une distribution sur l'ensemble du territoire, un public de proximité, des entreprises qui démontrent in-situ leurs engagements sociaux et environnementaux. Entreprise et Découverte s'emploie avec le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur à faire du Tourisme de savoir-faire le fer de lance du tourisme durable et positif : inviter plus encore les publics de la région à redécouvrir leurs entreprises et diversifier l'offre en complément de la gastronomie et cosmétique, notamment en mobilisant les entreprises de la filière industrielle. C'est la dynamique dans laquelle est engagée avec succès l'office de tourisme de Gardanne avec l'événement les Indus'3days, créé en 2016. Sur 10 jours, plus de 100 entreprises, dont de nombreux noms de l'industrie française, qui ont accueilli plus de 7 600 visiteurs en 10 ans.

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR EST TOUJOURS LA RÉGION LEADER DU TOURISME DE SAVOIR-FAIRE en 2024, en nombre de visiteurs et notamment de touristes internationaux. La région concentre les locomotives de la visite d'entreprise en France : la parfumerie Fragonard, la Verrerie de Biot, le Roy René (Groupe Territoire de Provence), la savonnerie Marius Fabre, L'Occitane en Provence, et peut compter sur un Comité Régional du Tourisme des plus actifs en matière de promotion. En 2022, avec la création de la première antenne Entreprise et Découverte en région, la position de Provence-Alpes-Côte d'Azur se renforce encore. Entourée d'un comité de pilotage constitué d'entreprises, d'institutionnels du tourisme, de chambres consulaires et de fédérations professionnelles, l'antenne Entreprise et Découverte a pour mission d'animer le réseau régional, de professionnaliser et de développer l'offre.



L'Occitane en Provence, ©J.Mateos



Les enjeux de la Visite d'Entreprise en région Provence-Alpes- Côte d'Azur en 2025

POUR 67% DES ENTREPRISES, L'ENJEU COMMERCIAL EST UNE PRIORITÉ.

Les petites et moyennes entreprises veulent maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur et accroître leurs marges. Certaines réalisent jusqu'à 50% de leur chiffre d'affaires via la visite d'entreprise, la parfumerie Fragonard, et la Verrerie de Biot notamment...

POUR 63% DES ENTREPRISES, LA COMMUNICATION EST UN ENJEU MAJEUR.

Créer ou transformer son image, rassurer et fidéliser les consommateurs, faire des visiteurs des ambassadeurs du savoir-faire français. La visite d'entreprise est la démonstration du fabriqué en France et le moyen de démontrer ses engagements sociaux et environnementaux : les manufactures du Groupe Territoire de Provence, la savonnerie Marius Fabre, L'Occitane en Provence, CNR, Cristal Limiñana...

L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS EST MENTIONNÉE PAR 28% DES ENTREPRISES ENGAGÉES

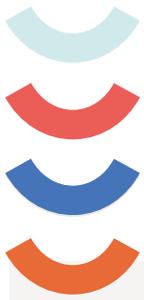
(par exemple, Agro'Novae, EDF, la Savonnerie marseillaise de La Licorne ...). C'est encore faible et c'est un chantier désormais prioritaire d'Entreprise et Découverte : faire de la Visite d'entreprise un outil privilégié et qualifié de découverte des métiers, de recrutement et d'inclusion.



Filature Brun de Vian-Tiran, ©Cande Brunde



Santons Fouque



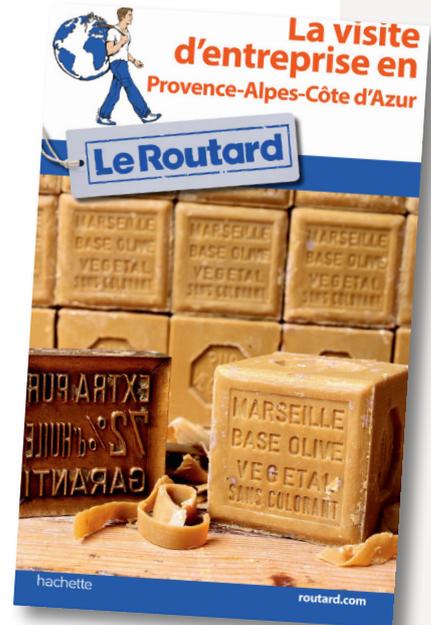
L'engagement du Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur sur le Tourisme de savoir-faire

LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR RESTE LEADER EN 2025 DE LA FILIÈRE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE EN FRANCE.

Son développement, initié par le réseau des CCI, est monté en puissance depuis une quinzaine d'années sous l'égide du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, en partenariat avec l'association Entreprise et Découverte.

La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, avec son CRT, est la plus impliquée dans le développement et la promotion de la visite d'entreprise, sous l'impulsion de son Président Renaud Muselier, avec notamment des actions fortes :

- Organisation des 1^{ères} **Rencontres Régionales de la Visite d'Entreprise**
- Création du **premier guide du Routard régional de la visite d'entreprise** en 2017 en étroite collaboration avec Entreprise et Découverte
- Valorisation sur nos **supports digitaux**

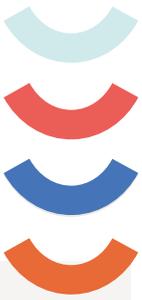


LES ACTIONS EN 2025

Partenaire principal de la création de la 1^{ère} antenne régionale de l'association Entreprise et Découverte en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le CRT poursuit son implication pour le développement et la promotion du tourisme de savoir-faire en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

- Partenariat avec **Vinci Autoroutes** : Mise en avant des savoir-faire régionaux sur une sélection d'aires d'autoroutes stratégiques.
- Création d'un flyer **Visite d'Entreprise** "Voyage au cœur des entreprises". Cette édition valorise les savoir-faire et leur découverte au sein des entreprises de la région ouvertes à la visite.
- Intégration régulière de visites d'entreprises dans le cadre des accueils par le CRT de **médias internationaux et de tour-opérateurs**.
- **Création de contenus** sur le tourisme de savoir-faire dans nos outils de promotion (dossiers de presse, site web...).





À propos du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur

Le Comité Régional de Tourisme assure, en lien avec les professionnels du tourisme et sa gouvernance, l'observation, la promotion et la communication du tourisme régional à destination des clientèles touristiques internationales et françaises. La finalité est de soutenir l'économie touristique durable de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui représente 10% de ses emplois et 13% de son PIB. Rendre visibles ces destinations à l'international, promouvoir une destination régionale compétitive, valoriser les offres éco-responsables, optimiser les flux dans l'espace et dans le temps, et renforcer le lien entre les visiteurs et les résidents, sont les principaux objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, que des organisateurs de voyages, ou des médias.

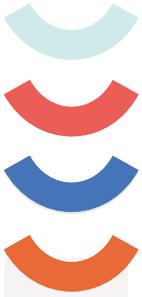
La stratégie développée autour des 3 marques monde "Provence", "Alpes du Sud" et "Côte d'Azur", constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque, sur la mutualisation de moyens pour le tourisme de loisirs comme d'affaires, elle monte résolument en puissance.

"Avec 4,2 millions de visiteurs cette année, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la première région du Tourisme de savoir-faire. Ce sont plus de 400 entreprises de la région qui accueillent des touristes (dont 40% de touristes internationaux). Ils cherchent à vivre des expériences uniques pendant leurs séjours et à donner du sens à leurs vacances. Le partenariat du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur avec Entreprise et Découverte porte ses fruits puisque nous sommes la première région à avoir créé une antenne régionale, à communiquer avec la presse et à mettre en place "les Matinales d'Entreprise et Découverte en région".

Nous sommes également les premiers sur la promotion avec le premier "Guide du Routard régional de la Visite d'entreprise". Nous avons la chance d'avoir des entreprises fidèles et actives depuis dix ans comme le Roy René, Fragonard, la Verrerie de Biot, L'Occitane, la Savonnerie du Midi... Autant d'entreprises, de secteurs et de territoires qui reflètent la culture, l'histoire, l'identité et la diversité du terroir de la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, mais aussi son évolution et son avenir."



*François de Canson Président du Comité Régional de
Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, Vice-Président de la
Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président délégué d'ADN
Tourisme, Maire de La Londe-les-Maures.*



À propos d'Entreprise et Découverte

Entreprise et Découverte est l'association nationale de la visite d'entreprise. Elle œuvre pour le développement et la qualification de cette nouvelle offre culturelle et économique française au service des publics.

ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE EST LA RÉFÉRENCE NATIONALE DE LA VISITE D'ENTREPRISE C'est une association d'intérêt général. Elle agit en étroite collaboration avec les Ministères (Économie et Culture), 10 Régions, 10 fédérations professionnelles (ADN Tourisme, MEDEF...) et compte un réseau de 500 entreprises partenaires (EDF, Fragonard, ANDRA...) et adhérentes.

ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE compte 5 antennes régionales à Marseille, Lyon, Béthune, Bordeaux et Angers qui agissent avec et dans leurs territoires.

L'ASSOCIATION INTERVIENT SUR 3 VOILETS : l'animation du réseau national, **l'accompagnement** des entreprises et des territoires (conseil, formation, réalisation de projet) et **la communication** (site internet, Guide du Routard de la visite d'entreprise...). Entreprise et Découverte édite tous les 2 ans l'observatoire national et des régions qui constitue la référence de la filière.

"Les très bons chiffres de l'observatoire 2025 montrent le travail important réalisé par Entreprise et Découverte en collaboration étroite avec ses nombreux partenaires. Le développement de la visite d'entreprise est un enjeu fort pour la France : s'engager pour un tourisme durable, réconcilier les français avec leur industrie, transformer les entreprises vers un modèle plus responsable et aider les jeunes à choisir leur avenir professionnel."

Cécile Pierre, Déléguée Générale Entreprise et Découverte

Les partenaires de l'antenne Entreprise et Découverte Provence-Alpes-Côte d'Azur



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

CONTACT Entreprise et Découverte

Mathilde BENEDETTO,
Déléguée régionale Antenne Provence-Alpes-Côte d'Azur
mathilde.benedetto@entrepriseetdecouverte.fr
06 67 57 95 26

Plus d'informations sur
www.entrepriseetdecouverte.fr/espace-pro

RÉGION SUD
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

CONTACT CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

Saoussen BOUSSAHEL,
Chargée de mission tourisme de savoir-faire
s.boussahel@provence-alpes-cotedazur.com
04 91 56 47 34 / 06 15 73 48 69

Plus d'informations sur
<https://provence-alpes-cotedazur.com/que-faire/artisanat-et-shopping/visite-entreprise/>

