

Entreprise et Découverte

- Bilan d'activité 2021



Sommaire

- *Communication*

Nouvelle édition du Guide du Routard de la Visite d'Entreprise en Nouvelle-Aquitaine.....	p.2
Campagne 2021, « Cet été, on se retrouve à l'Atelier »	p.4
La Grande Exposition du Fabriqué en France, 3 et 4 juillet 2021 au Palais de l'Elysée	p.7
Le Big Tour du Fabriqué en France	p.10
France Savoir-Faire d'Excellence	p.11
Partenariats	p.13
Podcast « Monte l'Eco », Direction Générale des Entreprises	p.16
Organisation des webinaires	p.17
Revue de presse, les principaux titres	p.19

- *Fédération*

Les nouveaux membres du Comité de Pilotage	p.32
Appel à projet Tourisme de Savoir-faire	p.33
Le Tourisme de savoir-faire dans le plan de reconquête et de transformation du tourisme	p.35

- *Accompagnement*

Les audits	p.37
Les formations.....	p.40



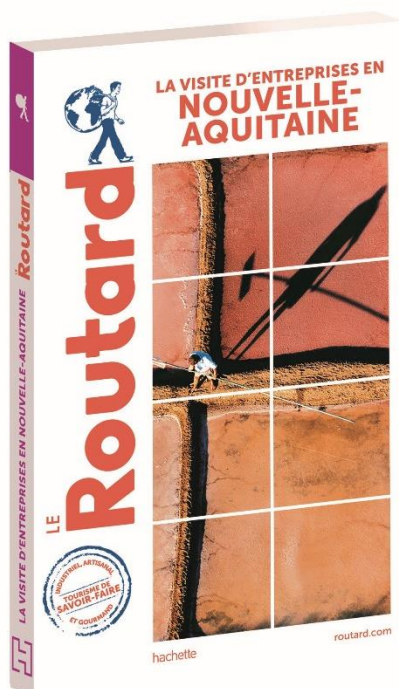
Depuis 2016, Entreprise et Découverte et les éditions Hachette collaborent sur des titres spécifiques Guide du Routard de la Visite d'Entreprise : une première édition nationale publiée en 2016 et rééditée en 2019 et un titre régional de la visite d'entreprise en Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2017.

En 2020, un nouveau partenariat avec le Comité Régional de Tourisme Nouvelle-Aquitaine a permis le lancement d'une seconde édition régionale. Entreprise et Découverte, en sa qualité de partenaire thématique sur les titres Visite d'Entreprise, est intervenue sur la sélection des entreprises, la notation des visites et l'intégration des visuels, en collaboration avec les auteurs du Guide.

Cette sélection s'est basée sur les critères suivants :

- Des entreprises ouvertes de manière régulière dans l'année (pas uniquement à l'occasion d'événementiels)
- Des entreprises en capacité d'accueillir du public individuel, pour répondre aux attentes du lectorat Routard
- Des entreprises proposant des visites qualitatives, culturelles, et le plus possible au cœur de la production
- Des entreprises réparties sur l'ensemble des régions françaises

Au total, plus de 120 entreprises ont été sélectionnées, sur les 300 ouvrant leurs portes toute l'année dans la région Nouvelle-Aquitaine. Le Guide a été mis en vente le 6 octobre 2021, avec un premier tirage à 15 000 exemplaires.



La visite d'entreprise en Nouvelle-Aquitaine

Cofondateurs : Philippe GLOAGUEN et Michel DUVAL

Directeur de collection et auteur Philippe GLOAGUEN	Conseiller à la rédaction Pierre JOSSE
Secrétaire général Gavin's CLÉMENTE-RUIZ	Responsable voyages Carole BORDES
Rédacteurs en chef Amanda KERAVAL (France) Benoît LUCCHINI (Étranger)	Direction éditoriale Élise ERNÉST
Directrice administrative Bénédicte GLOAGUEN	Rédaction Emmanuelle BAUQUIS Veronique de CHARDON

hachette

SAINT-CIERS-SUR-GIRONDE | 39

qui suivent, les propriétaires se succèdent, avec la même ambition de faire croître la notoriété du domaine. Le château de pierre sort de terre en 1872 à l'initiative de celui que l'on surnommait le « roi des vigneron », Alcide Bellot des Minières. Cet ingénieur français fit fortune aux États-Unis avant de revenir en France et de s'illustrer par ses idées novatrices en matière de viticulture. Il contribue à la richesse de Haut-Bailly, notamment celle des vieilles vignes, en œuvrant ardemment pour conserver les plants anciens. Ainsi, si l'âge moyen des pieds de vigne est aujourd'hui de 35 ans, le quart des plants de Haut-Bailly atteint les 100 ans ! C'est aujourd'hui une famille franco-américaine qui est propriétaire des 30 ha du domaine. Il est exploité avec douceur et dans le respect du fruit : chaque parcelle est vendangée manuellement. Ce qui n'empêche pas le château de se tourner vers des technologies innovantes, en relation avec l'université de Bordeaux. La visite dite « du collectionneur » ravira les amateurs de bonne chère ; l'occasion de découvrir les spectaculaires chais de la propriété et de déguster 3 vins de Haut-Bailly, accompagnés d'une ardoise de fromages affinés, chocolats et fruits secs.

Label : Entreprise du Patrimoine Vivant.

MÉRIGNAC

Carte Sud p. 00

🔗 **Fonderie d'art des Cyclopes :** 13 bis, route de Pessac, 33700 Mérignac. ☎ 05-56-99-08-94. • fonderiescyclopes.com • Visites de groupe seulement (min 20 pers, max 30), lun vers 14h30. Résa obligatoire. Tarif : 15 €/pers. Durée de la visite : 1h.

Cette fonderie est spécialisée dans la réalisation et la restauration d'objets et d'œuvres d'art en bronze. Sculptures, médailles, trophées, pièces de design ou de mobilier... Les commandes sont de diverses natures, certaines à l'initiative d'artistes de renom, d'autres pour des artistes amateurs. Au cours de la visite, on assiste aux différentes étapes de la réalisation d'une sculpture en bronze : découverte des ateliers de moulage, de cire, de fusion, de ciseler et de patine. Un savoir-faire unique et une technique perpétués par une quarantaine d'artisans seulement en France.

Label : Entreprise du Patrimoine Vivant.

SAINT-CIERS-SUR-GIRONDE

Carte Sud p. 00

🔗 **EDF - Centrale nucléaire du Blayais :** Braud et Saint-Louis, 33820 Saint-Ciers-sur-Gironde. ☎ 05-33-98-80-33. • edf.fr/blayais • service-visites-blayais@edf.fr • Espace découverte, en visite libre, ouv mer et vac scol 8h30-12h30, 14h-18h. GRATUIT. Animations et conférences gratuites : se renseigner par tél ou sur • edf.fr/blayais • inscriptions sur le site • edf.fr/visiteredf

Située à mi-chemin entre Royan et Bordeaux, au bord de l'estuaire de la Gironde, la centrale du Blayais, avec 4 réacteurs nucléaires, 4 ha de panneaux photovoltaïques et plus de 100 véhicules électriques, est



BORDEAUX ET SES ENVIRONS

110 | VALLÉE DE LA DORDOGNE

BRIVE-LA-GAILLARDE

Carte Est p. 00

🔗 **Distillerie Denoix :** 9, bd du Maréchal-Lyautey, 19100 Brive-la-Gaillarde. ☎ 05-55-74-34-27. • denoix.com • Visite libre avec dégustation gratuite : mar-sam 9h30-12h30, 14h30-19h. Visite guidée possible juil-août, mar-ven à 14h30. Visite de groupe (min 15 pers) sur rdv ; résa par tél. GRATUIT. Durée de la visite : 1h. Boutique : mar-sam 9h30-12h30, 14h30-19h.



Le pays de Brive, c'est déjà le Périgord, ou le Quercy pour être plus précis. Une terre baignée de soleil qui ne manque pas de caractère. Dans la bien nommée Brive-la-Gaillarde, les Denoix, bien nommés là encore, perfectionnent une foule d'excellentes liqueurs et d'apéritifs, aux noix vertes de la région bien sûr (comme la liqueur Suprême Denoix et le Quinquivoix), mais aussi à la coriandre, au fenouil ou au chocolat. Et cela depuis pas moins de 5 générations !

La distillerie a conservé son visage de 1839. Derrière la vénérable façade, les sirops de sucre cuisent dans de rutilants chaudrons de cuivre, et les liqueurs somnolent dans des foudres en chêne du Limousin, tandis que l'alambic est toujours chauffé au charbon. On hume non sans plaisir « l'esprit parfumé » (le distillat), résultat de la macération d'écorces et de fruits. Ici, on n'utilise pas d'arômes autres que ceux des ingrédients utilisés. Les produits qui sortent de ces murs sont réputés auprès des plus grands chefs cuisiniers. La maison Denoix a ainsi réhabilité la moutarde violette de Brive, qui doit son goût et sa couleur au moût du raisin. Voir aussi la belle série de bouteilles dont les étiquettes sont signées Jean Lurçat.

Labels : Entreprise du Patrimoine Vivant, France Savoir-faire d'Excellence.

🔗 **Chocolaterie Lamy :** 5, rue de l'Hôtel-de-Ville, 19100 Brive-la-Gaillarde. ☎ 05-55-18-91-26. • chocolaterie-lamy.com • Visite : de mi-juin à mi-sept, jeu à 15h. Tarif (dégustation comprise) : 4 € ; gratuit moins de 14 ans et pour les groupes de plus de 20 pers. Durée : env 1h. Egalement des stages sur résa, sam 9h30-12h (chocolat, macaron, pâte à tartiner, gâteaux de voyage, crèmes glacées et sorbets). Tarif : 50 €. Boutique : lun 14h30-19h ; mar-sam 9h-12h, 14h-19h.

Cette chocolaterie est le repaire d'Eric Lamy, charentais d'origine, qui s'est installé ici après avoir fait ses armes au Mans, à Paris puis dans son magasin de La Rochefoucauld. Malicieux et créatif, il emploie des trésors d'inventivité pour

L'association a participé au lancement du Guide, qui a eu lieu le jour de la sortie librairie, le mercredi 6 octobre. Organisé au sein de la manufacture Bernardaud à Limoges, ce lancement a réuni des journalistes essentiellement régionaux, les professionnels du tourisme de la Région et des entreprises référencées dans le guide. Le travail de l'association a été salué par l'ensemble des acteurs présents.

Les nombreux articles publiés dans la presse régionale ont permis de faire rayonner le travail de l'association, tant au niveau régional Nouvelle-Aquitaine, que pour la filière au national.



Communication / Campagne 2021, « Cet été, on se retrouve à l'Atelier »

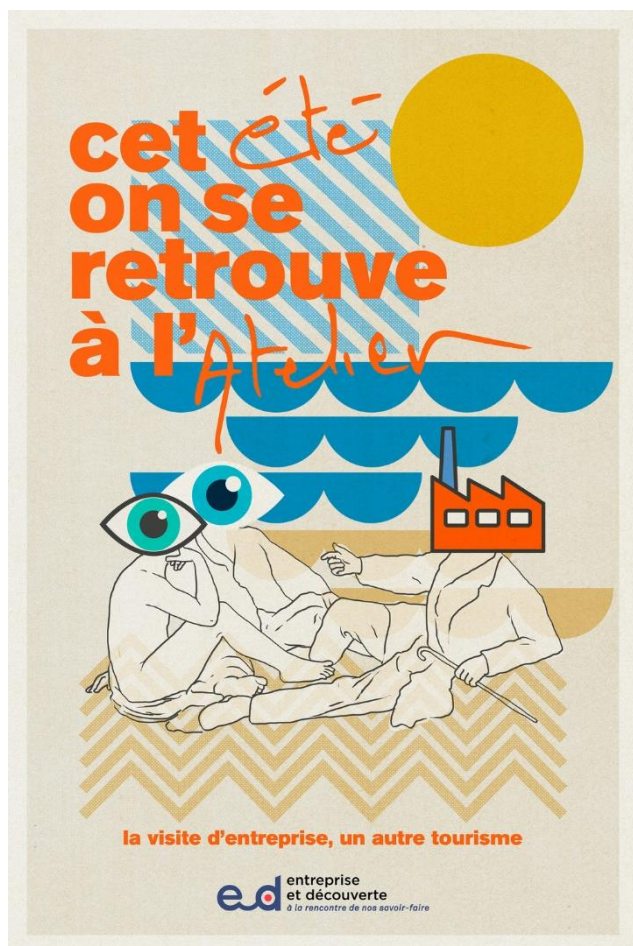


Après le succès de la campagne « Rêves de Visite », Entreprise et Découverte a renouvelé en 2021 sa collaboration avec l'agence USS Studio.

La crise sanitaire a affecté la filière tourisme de savoir-faire. Pour accompagner les entreprises dans la reprise d'activité et valoriser les savoir-faire, Entreprise et Découverte a lancé une campagne de communication nationale. L'objectif : inciter les Français à (re)découvrir une autre France, les inviter à aller dans les ateliers pour découvrir et partager les savoir-faire des femmes et des hommes au travail !

Lancée le 14 juin 2021, cette campagne essentiellement digitale a été diffusée sur les réseaux sociaux jusqu'à la fin de l'été. Elle a connu un bon relai presse, TV et radio.

Lien vers le communiqué de presse de la campagne : [ici](#)



Diffusion et reprise de la campagne sur les réseaux sociaux

Une stratégie de diffusion en 2 temps :

- Communication digitale depuis le 14 juin
- Communication auprès de la presse à partir du 5 juillet

Stratégie de diffusion sur les réseaux sociaux :

- **Post de lancement**, repris par nos partenaires et adhérents
- Utilisation du **slogan seul**, apposé sur des visuels en lien avec la visite d'entreprise
- Déclinaison du thème de la campagne **par territoire et par secteur tout au long de l'été**

Sponsoring tout l'été pour une diffusion et une viralité maximale

 **Entreprise et Découverte**
Publié par Ludivine Hbt · 14 juin, 12:00 · 🌐

Cet été on se retrouve à l'Atelier 🎨

Top départ de notre campagne de communication estivale pour promouvoir la visite d'entreprise partout en France !

Gastronomie 🍷, parfumerie 🌸, artisanat 🧶, textile 🧵 mais aussi visites de sites industriels 🏭, près de 2000 entreprises vous font découvrir les #coulisses de leur fabrication !

Découvrez la France des savoir-faire 🇫🇷
www.entrepriseetdecouverte.fr

#OnseRetrouvealAtelier #UnAutreTourisme #JeRedécouvreLaFrance
#ExploreFrance #FabriquerenFrance #visitedentreprise
#tourismedesavoirfaire



ENTREPRISEETDECOUVERTE.FR

Entreprise et Découverte, le site national de la visite d'entreprise

En savoir plus

19 761
Personnes touchées

281
Interactions

Booster à nouveau

 **Entreprise et Découverte est avec Le Roy René et 5 autres personnes.**
Publié par Ludivine Hbt · 16 juin, 12:37 · 🌐

Cet été, on se retrouve à l'Atelier 🎨

Parfumeries 🌸, savonneries, huile d'olive ou encore pastis 🍷, profitez de vos prochaines vacances en Provence-Alpes-Côte d'Azur pour découvrir des entreprises emblématiques !

Des visites guidées d'un genre nouveau, à la rencontre des hommes et des femmes qui font le #savoirfaire français 🇫🇷

Passez côté coulisses sur le blog 📖
<http://www.entrepriseetdecouverte.fr/cet-ete-on-se-...>

#OnseRetrouvealAtelier #UnAutreTourisme #JeRedécouvreLaFrance
#ExploreFrance #FabriquerenFrance Provence-Alpes-Côte d'Azur
Tourisme Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur



cet été
on se
retrouve
à l'Atelier

ed entreprise et découverte

MARIUS FABRE
Savonnerie Marius Fabre
2 036 abonnés
1 sem. • Modifié •

Cet été, on se retrouve à l'Atelier ! 🏠

La **Savonnerie Marius Fabre** s'associe à la campagne de communication du réseau **Entreprise et Découverte**, et vous invite à découvrir la France des **#savoirfaire** ! Inscrivez-vous dès maintenant pour une visite guidée gratuite de notre savonnerie familiale 🤗

Renseignements et inscription : <https://lnkd.in/eiwhQQN>

Toutes les visites à découvrir sur : <https://lnkd.in/dE6shR6>

#OnseRetrouvealAtelier #UnAutreTourisme #JeRedécouvreLaFrance
#ExploreFrance #FabriqueenFrance #MariusFabre #SavonDeMarseille
Marie Cario Olivia Dieu Juan Maureen Vaesken le büro Camille Tomasi Sandra
ARTORE Manon Alves Lise Cameler



BOHIN France
1 014 abonnés
1 sem. •

Cet été, on se retrouve à l'atelier ? 🏠

La visite d'entreprise, un tourisme culturel d'un autre genre à découvrir de toute urgence !

Des visites d'entreprises comme **BOHIN France**, il y en a près de 2000 aux 4 coins de la France ! Des entreprises qui ont choisi de partager leurs savoir-faire avec les visiteurs.

Alors cet été, vous vous laissez tenter ?

Une chose est sûre... si vous passez en Normandie, on compte sur votre venue ! 🤗

Et pour connaître les lieux de visite sur la route de vos vacances, un seul site : <https://lnkd.in/dE6shR6>

Et un grand merci à **Entreprise et Découverte** pour cette belle campagne de communication qui valorise nos parcours de visite !

#savoirfaire #onseretrouvealatelier #unautretourisme #JeRedécouvreLaFrance #ExploreFrance #fabriqueenFrance
Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance ADN Tourisme Label
Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) - L'excellence des savoir-faire français



MEDEF
29 489 abonnés
1 sem. •

Le **MEDEF** s'associe à la campagne de communication du réseau **Entreprise et Découverte**, et vous invite à découvrir la France des **#savoirfaire**.

Gastronomie 🍷, parfumerie 🌸, artisanat 🛠️, textile 🧶 mais aussi visite de sites industriels 🏭, près de 2 000 entreprises vous font découvrir les **#coulisses** de leur fabrication !

Toutes les visites à découvrir sur : <https://lnkd.in/dE6shR6>

#OnseRetrouvealAtelier #UnAutreTourisme #JeRedécouvreLaFrance #ExploreFrance #visitedentreprise #tourismedesavoirfaire



La Maison de La Choucroute - LE PIC est à Meistratzheim.
25 juin, 17:30 •

Cet été, on se retrouve à l'atelier 🏠

📍 Venez découvrir tous les secrets de fabrication de la Choucroute d'Alsace I.G.P. ! ... Afficher la suite





Initiée en 2020 par le Président de la République, la Grande Exposition du Fabriqué en France est un événement annuel qui met à l'honneur les entreprises, les artisans, les industriels et les producteurs qui s'engagent pleinement dans la fabrication française.

L'Exposition rassemble des produits issus de tous les départements et territoires de métropole et d'Outre-Mer. Un comité de sélection, composé de 10 experts et animé par Mme Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée chargée de l'Industrie, et M. Alain Griset, ministre délégué chargé des Petites et Moyennes Entreprises, a retenu pour cette seconde édition 126 produits.

Retrouvez [ici](#) l'ensemble des produits sélectionnés pour l'édition 2021.

**La Grande
Exposition
du Fabriqué
en France**

Palais de l'Élysée
3 et 4 juillet 2021

Inscriptions
sur elysee.fr



Entreprise et Découverte, en tant que structure référente de la visite d'entreprise, s'est associée à l'événement pour cette seconde édition. En effet, depuis 20 ans, grâce au travail de l'association, la visite d'entreprise est devenue un levier majeur du « Fabriqué en France ». 19 des entreprises sélectionnées par le comité pour exposer leurs produits ouvrent d'ailleurs régulièrement leurs portes au public.

L'association a bénéficié d'un espace dédié à l'entrée du parcours de l'exposition, et a pu animer durant les 2 jours de l'événement des démonstrations autour des savoir-faire, avec 6 des entreprises sélectionnées par le comité. Ces entreprises accueillent par ailleurs des visiteurs toute l'année dans le cadre de visite guidée.

-  **Fragonard**, parfumeur à Grasse depuis 3 générations et pionnier de la visite d'entreprise
-  **La Société Choletaise de Fabrication**, tisseur-tresseur-tricoteur pour le secteur de la mode
-  **Atelier Loire**, créateur de vitraux et de mosaïques depuis 1946

- ✚ **Rhum Clément**, producteur historique de rhum agricole
- ✚ **Aigle International**, fabricant de bottes, chaussures et prêt-à-porter
- ✚ **Lingerie Indiscreète**, manufacture de lingerie-corsetterie haut-de-gamme

Découvrir le Communiqué de Presse Entreprise et Découverte pour les animations mises en place [ici](#).

Espace Entreprise et Découverte, à l'entrée du parcours d'exposition dans le Palais de l'Élysée





©B. Le Hir de Fallois, espace démonstration
Entreprise et Découverte, Grande Exposition du Fabriqué en France

Ces démonstrations ont offert aux visiteurs et aux journalistes présents une vraie expérience immersive au cœur des savoir-faire, et ont constitué un temps fort de la Grande Exposition. Un véritable succès, autant pour les entreprises participantes que pour les organisateurs de l'événement !



Organisé par BPI France et la DGE dans le prolongement de la Grande Exposition du Fabriqué en France, le Big Tour s'est déroulé du 16 juillet au 20 août. L'objectif : faire voyager la Grande Exposition au plus près des Français, sur leurs lieux de vacances. Le littoral a donc été particulièrement ciblé par les organisateurs.

LE BIG TOUR 2021

Plan Tour, sous réserve de modifications



Entreprise et Découverte a mobilisé son réseau d'entreprises et partenaires pour être le plus présent sur l'ensemble des étapes. Les adhérents et partenaires les plus proches ont été sollicités, selon différentes modalités de participation :

- ✚ Des interventions des partenaires et entreprises du réseau à chaque étape du Big Tour
- ✚ Des cartes postales de la campagne « Cet Été on se retrouve à l'Atelier » distribuées au grand public
- ✚ Des films de nos partenaires et adhérents diffusés devant le container « Fabriqué en France » (entreprises et partenaires présents sur la Grande Exposition du Fabriqué en France)
- ✚ Des interventions sur la webradio « Vive ta Ville »

Au total, une dizaine d'adhérents et partenaires de l'association ont pu participer à l'une des étapes du Big Tour, valorisant ainsi le travail d'Entreprise et Découverte pour le développement et la promotion de la filière, et leur propre site.



Lancée en septembre 2019, la marque France Savoir-Faire d'Excellence regroupe une centaine d'entreprises ouvertes au public toute l'année, parmi les plus emblématiques de la filière et sur les territoires, et en capacité de proposer un accueil professionnel aux touristes étrangers. Un catalogue a été édité, permettant de diffuser cette offre à l'ensemble des bureaux étrangers d'Atout France, et aux TO étrangers.

Lien du catalogue : https://www.entrepriseetdecouverte.fr/espace-pro/wp-content/uploads/sites/2/2021/09/eed_cat.francais-2021.pdf

En 2021, 4 nouvelles entreprises ont rejoint la marque France Savoir-Faire d'Excellence :

- [Bernardaud](#)
- La [Verrerie la Rochère](#)
- [Maison Ferroni](#)
- [L'Habitation Clément](#)

L'association a participé à l'édition 2021 des **Journées Partenariales Atout France**, organisées les 16 et 17 septembre. A cette occasion, une quinzaine de RDV ont été organisés en visioconférence, avec les bureaux étrangers d'Atout France (Allemagne, Italie, Espagne-Portugal, Royaume-Uni, Amériques Latines, Mexique ...). Tous les interlocuteurs ont été de nouveau sensibilisés au travail de l'association, et la promotion du tourisme de savoir-faire à travers la marque France Savoir-Faire d'Excellence.

La marque a ainsi été valorisée à plusieurs reprises par ces bureaux étrangers en 2021 :

- Article sur le site néerlandais d'Atout France, repris dans leur newsletter :
<https://nl.france.fr/nl/nieuws/article/bezoek-franse-bedrijven>
<http://persberichten.deperslijst.com/188389/mediabericht-explore-france-uit-de-kunst.html>
- Article sur le site allemand d'Atout France, accompagné d'un post sur les réseaux sociaux et diffusé dans la newsletter grand public (10 000 contacts)
<https://de.france.fr/de/news/artikel/bekannte-franzoesische-unternehmen>
<http://france-7877220.hs-sites.com/frankreich-im-winter%E8%8F-und-gewinnspiel>
- Newsletter Atout France Mexique diffusée à l'occasion de l'événement France Excellence 2021 Amérique Latine, qui s'est déroulé du 20 au 22 septembre 2021
<http://mx.media.france.fr/es/content/france-excellence-america-latina-2021-marc%C3%B3-la-pauta-para-reactivar-el-turismo-de-lujo-en>

Post Facebook Atout France Allemagne

France.fr 17 octobre

Mehr als 2000 Betriebe bieten unter dem Motto **Entreprise et Découverte** ❤️ in ganz Frankreich Besichtigungen, Führungen, Verkostungen und oft auch Begegnungen mit Handwerkern an. Es gibt also viel zu entdecken 🇫🇷! Welcher dieser Ausflüge würde euch interessieren?
[#ExploreFrance](#)

Voir la traduction



DE.FRANCE.FR

Hinter den Kulissen bekannter französischer Marken und Unternehmen
 Auf der Suche nach einem originellen Ausflug? Wie wäre es mit einem Besuch in der Renault-A...

Newsletter Atout France Mexique

FRANCE EXCELLENCE AMERICA LATINA 2021 MARCÓ LA PAUTA PARA REACTIVAR EL TURISMO DE LUJO EN FRANCIA



Ejemplos de Excelencia a la Francesa

El resumen del día de conferencias no estaría completo sin mencionar algunos de los fundamentos que hacen la excelencia a la francesa. Maud Hacker, historiadora francesa, realizó una visita virtual de la renovada tienda departamental La Samaritaine, el nuevo ícono del lujo a la francesa. Se necesitaron 15 años de trabajos para restaurar el monumento Art Déco y Art Nouveau y más de 750 millones de euros de inversión por parte del grupo LVMH. Flores doradas a mano, piso de vidrio y restauración de un gran mural de estilo Art Nouveau son algunos de los muchos trabajos de gran dedicación que se han llevado a cabo para respetar y modernizar un monumento histórico como La Samaritaine. Hablando de savoir-faire, la asociación Entreprises & Découvertes, con el apoyo de los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cultura, creó la marca Francia Savoir-Faire de Excelencia para promover más de cien empresas representativas que abren las puertas de sus talleres o fábricas, con recorridos de visita guiada. Se espera pronto una versión en español de este catálogo.

Le Pèlerin



En mars 2021, le magazine Le Pèlerin a produit une série de podcasts intitulée « Secrets d'Ateliers, les Trésors du savoir-faire à la Française ».

Très qualitative, cette série de podcasts met en avant une dizaine d'entreprises, presque toutes ouvertes à la visite et membres du réseau Entreprise et Découverte.

L'association a mis en place avant l'été un partenariat de communication avec le magazine, afin de relayer ces podcasts tout l'été sur le blog du site et les réseaux sociaux.

Une collaboration très appréciée des 2 côtés, et valorisante pour nos entreprises adhérentes !



Lien des articles sur le blog :

- La Manufacture Bohin : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-la-manufacture-bohin/>
- La Clouterie Rivierre : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-la-clouterie-rivierre/>
- La Savonnerie du Midi : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-la-savonnerie-du-midi/>

- Les Makhilas Ainciart Bergara : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-les-makhilas-ainciart-bergara/>
- La Verrerie la Rochère : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-verrerie-la-rochere/>
- Le Parapluie de Cherbourg : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-le-parapluie-de-cherbourg/>
- De Buyer : <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/secrets-dateliers-de-buyer/>

De l'or dans les mains

De l'or dans les mains

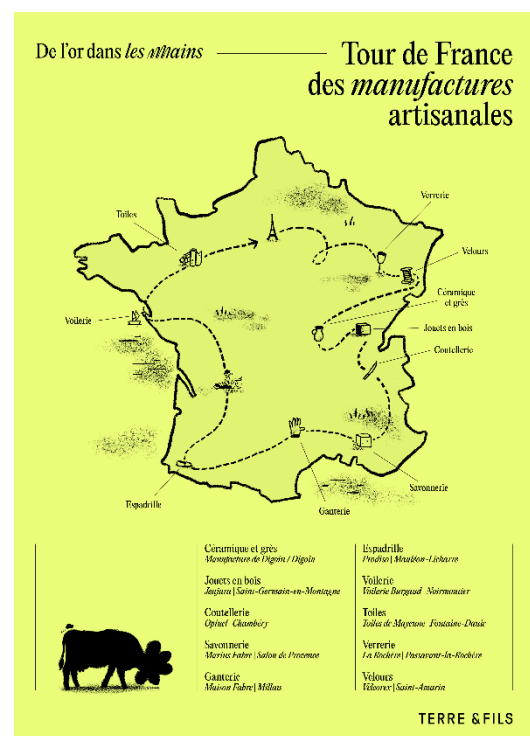
De l'or dans les mains est une association loi 1901 qui a pour mission de valoriser et soutenir la transmission des savoir-faire locaux. Elle a été fondée par Gabrielle Légeret qui, à travers le podcast du même nom, donne la parole chaque semaine à un artisan, un producteur, un entrepreneur pour qu'il raconte son histoire, ses gestes et les enjeux auxquels il est confronté. Forte de son expérience de terrain, l'association accompagne désormais des artisans et producteurs dans la transmission de leur savoir-faire à la jeunesse.

Un partenariat a mis en place dans le cadre de la 2^{ème} saison de podcasts lancée en 2021, le Tour de France des manufactures artisanales.

L'association relaiera les épisodes en lien avec des entreprises ouvertes au public (Savonnerie Marius Fabre, verrerie La Rochère ...).

Lien du site :

<https://www.delordanslesmains.com/>





Lancée en 2021, La Source Française est la première plateforme professionnelle de mise en relation multisecteur entre porteurs de projets et fabricants français. Il s'agit d'un outil permettant à tout acteur professionnel de trouver un fabricant français adapté à ses besoins, et aux fabricants de gagner en visibilité et de recevoir des commandes adaptées à leurs capacités de production. L'inscription sur la plateforme est totalement gratuite et des services complémentaires sont proposés aux utilisateurs.

Nos 2 structures partageant des valeurs communes et appartenant à un même écosystème, un partenariat a été mis en place pour une valorisation conjointe de nos actions auprès de nos réseaux.

Site internet de la Source Française : <https://www.lasourcefrancaise.com/>



La Direction Générale des Entreprises a lancé son podcast intitulé « Monte l'Eco ». Ce dernier a vocation à mieux faire connaître les politiques publiques portées par la DGE en donnant la parole à ses agents et à des chefs d'entreprises et partenaires.

Entreprise et Découverte a eu le plaisir d'être choisi pour le second épisode du podcast, pour présenter la filière du tourisme de savoir-faire. Intitulé « Des Vacances à l'Usine ? », ce podcast a été enregistré dans les locaux de l'association, en compagnie de Jérôme Pichonnier et Emma Delfaux de la DGE, ainsi que Valérie Bernet, responsable communication groupe chez EDF.

Les interventions :

- ✚ Cécile Pierre – Directrice générale d'Entreprise et Découverte
- ✚ Jérôme Pichonnier – Directeur de projets « structuration des filières touristiques » au Ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance.
- ✚ Valérie Bernet – Directrice Communication Industrie et Territoire du groupe EDF
- ✚ Emma Delfau – Cheffe du service Tourisme, Commerce, Artisanat et des services à la DGE



Retrouver le podcast sur le site de la DGE : <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/monte-l-eco-podcast-de-la-dge>





Aujourd'hui, près de 2 000 entreprises ouvrent leurs portes au grand public durant toute l'année. Entreprise et Découverte, a souhaité développer ces nouveaux formats de webinaires afin de laisser la parole aux chefs d'entreprise qui, par leurs témoignages et récits d'expérience, livreront les enjeux de la visite d'entreprise et de leur projet tourisme de savoir-faire.

2 sessions de webinaires ont été organisées en 2021 :

 Le jeudi 22 juillet, sur le thème « **Tourisme de savoir-faire : enjeux et témoignages d'entrepreneurs** »

3 chefs d'entreprise ont partagé leur expérience et évoqué les retombées des visites :

- Paraboot – fabricant de chaussures – entreprise labellisée EPV
Mme Clémentine Colin-Richard, Administratrice du groupe Richard-Pontvert –
Marque Paraboot et Présidente de la Fédération de la chaussure
- Bioseptyl La Brosserie Française – unique fabrique de brosses à dents en France –
labellisée EPV et OFG
M. Olivier Remoissonnet, Directeur Général de Bioseptyl – La Brosserie Française
- Lingerie Indiscrete – fabrication de lingerie – entreprise labellisée EPV
M. Michel Gouzon, Président de CDB – Marque Indiscrete

Retrouver le replay du webinaire en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=kAgii2aiOPI>



- ✚ Le lundi 27 septembre, sur le thème « **Visite d'entreprise en agroalimentaire : enjeux et témoignages d'entrepreneurs** »

Avec 3 témoignages d'entrepreneurs :

- Edouard CHEDRU, Dirigeant de la Ferme des Peupliers (Normandie)
- Charles LEBAUDY, Président de la Biscuiterie de l'Abbaye (Normandie)
- Alexis BERTUCAT, Responsable Tourisme, com & RSE à la confiserie Le Roy René (Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Retrouver le replay du webinaire en ligne :

https://www.youtube.com/watch?v=O_cvIGhCAs&t=4192s





- La Quotidienne, mars 2021

france.tv chaînes | séries & fictions | documentaires | cinéma | plus

Isabelle, Alençon (Orne)
Existe-t-il des annuaires qui recensent toutes les usines qu'il est possible de visiter en tant que simple particulier en France ? Je sais que c'est un genre de tourisme qui se développe beaucoup et ça m'intéresse.

La quotidienne
Les cas pratiques du 30 mars

5

interviews
15 min | tous publics
extrait

présenté par : Maya Lauqué, Thomas Isle

<https://www.france.tv/france-5/la-quotidienne/la-quotidienne-saison-8/2386557-les-cas-pratiques-du-30-mars.html?fbclid=IwAR0uRGgtHvIKGGTTYom8PIUOkdxE3UgSoUYG0ibOiQLwzNrl0WROYON5mx8>

Accueil > Économie > Entreprises

Le tourisme de savoir-faire, un atout pour la France qui va se développer

Par **Corinne Caillaud**

Publié le 14/04/2021 à 18:08, mis à jour le 14/04/2021 à 18:08



Visite du tunnel sous la Manche le 21 septembre 2019. Johan BEN AZZOUZ/PHOTOPQR/VOIX DU NORD/MAXPPP

La Direction générale des entreprises (DGE) va bâtir un plan d'actions pour doubler en cinq ans le nombre d'entreprises accueillant du public.

Booster le tourisme de savoir-faire, c'est l'ambition de la Direction générale des entreprises (DGE), qui vient de lancer un ambitieux appel à projet national, piloté par Entreprise et Découverte, l'association dédiée à la visite d'entreprise.

→ À LIRE AUSSI : Les Français invités à pratiquer le tourisme de savoir-faire et industriel 🏭

Si plus de 2000 ateliers d'artisans et sites industriels ouvrent chaque année leurs portes pour faire connaître leurs métiers, le potentiel des visites d'entreprise n'est pas exploité à sa juste valeur. Loin de là. Bien que l'Hexagone soit leader en la matière à l'échelon européen, devant l'Italie et l'Allemagne, trop de pépites, représentatives de l'excellence française, demeurent dans l'ombre. Et ce, même si 15 millions de personnes, contre 10 une décennie plus tôt, ont pratiqué un tel tourisme de savoir-faire en 2019.

“

C'est un investissement gagnant, et de plus en plus d'entreprises comprennent qu'elles ont besoin de cette relation concrète et in situ avec le consommateur

Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte

Concrètement, la DGE va bâtir un plan d'actions pour doubler en cinq ans le nombre d'entreprises accueillant du public. Quinze fédérations professionnelles, les réseaux consulaires et institutionnels du tourisme, ainsi que 5 régions (Hauts-de-France, Grand Est, Paca, Normandie, Centre-Val de Loire) vont participer à ce projet, puis à sa mise en œuvre expérimentale, avec un budget dédié de 1 million d'euros. Si l'organisation de parcours de visite est un coût pour l'entreprise, elle dope aussi ses ventes, qui peuvent représenter jusqu'à 80 % du chiffre d'affaires des achats réalisés à l'issue de ces visites. *«C'est un investissement gagnant, et de plus en plus d'entreprises comprennent qu'elles ont besoin de cette relation concrète et in situ avec le consommateur»*, relève Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte.

La rédaction vous conseille

→ La visite d'entreprise a de l'avenir 🏭

<https://www.lefigaro.fr/societes/le-tourisme-de-savoir-faire-un-atout-pour-la-france-qui-va-se-developper-20210414>

- Voyageons Autrement, mai 2021

Tourisme de Savoir Faire : la nouvelle exception culturelle !

Jerome Bourguine | Publié le 18 mai 2021 • Mis à jour le 18 mai 2021 à 11h46

Thématique : Acteur associatif Acteur privé Bons plans Ingénierie Innovation Territoire

Partager 213

Tweeter

En quelques années, la visite d'entreprise a fait sa révolution. Professionnalisée et rebaptisée **Tourisme de Savoir Faire**, elle s'impose comme une nouvelle exception culturelle française qui fascine déjà les visiteurs étrangers. Et on en est qu'au début de l'aventure... Rencontre avec sa plus attentionnée fée-marraine, Cécile Pierre*.

** Cécile Pierre est Déléguée Générale d'Entreprise & Découverte, l'association nationale de la visite d'entreprise*



Les Fonderies de Sougland innovent depuis 476 ans © Les Fonderies Sougland

Voyageons Autrement : Où en est la visite d'entreprise aujourd'hui ?

Cécile Pierre : Je vois trois chiffres essentiels (tous les chiffres importants se trouvant dans les pages « pro » du site d'E&D, ndr). **D'abord, le nombre de visiteurs qui est passé de 12 à 15 millions en 7 ans (+30%).** Ce, grâce au travail effectué (site internet dédié, guides du Routard, communication, etc.), à la prise de conscience au niveau des ministères de l'importance de l'enjeu et enfin à l'attrait grandissant du public. Ensuite, il y a **le nombre de visiteurs étrangers qui a doublé en 4 ans**, représentant aujourd'hui 21% pour 10% à l'époque. Comme je le disais, les ministères et Atout France ont compris l'importance de l'enjeu : à savoir que le tourisme de savoir faire représentait aux yeux des visiteurs étrangers une porte ouverte très attractive pour sur les coulisses du Made in France et de notre fameux Art de Vivre. Car il ne s'agit pas là de visiter un musée figé mais bien d'entrer dans les coulisses vivantes de la production française. Et nos visiteurs étrangers y sont très sensibles. **Nous avons d'ailleurs créé une marque : « France Savoir Faire d'Excellence » qui distingue 100 usines ou savoir-faire d'exception** sur les quelque 2000 entreprises actuellement ouvertes au public. Et les bureaux d'Atout France à l'étranger relaient cette offre avec un vrai succès. Dernier point d'importance : la forte diversification des secteurs s'ouvrant à ce nouveau tourisme. Industrie lourde, mode, cosmétique, automobile sont de la partie. Un véritable engouement général, même si l'agro-alimentaire qui représentait longtemps l'essentiel de l'offre en compose encore 37%.

<https://www.voyageons-autrement.com/tourisme-de-savoir-faire-la-nouvelle-exception-culturelle>

VA : A quoi est due cette belle progression du « tourisme de savoir faire » ?

CP : A une prise de conscience qui s'est peu à peu propagée dans les entreprises : la France est réputée pour ses savoir faire et **une demande du public existe**. Alors pourquoi ne pas profiter de ce formidable outil de communication qui joue sur des leviers aujourd'hui devenus essentiels : la transparence et la confiance ainsi créée, la dimension locale, etc.

VA : Ce tourisme a-t-il bénéficié en 2020 de la puissante vague de redéploiement du tourisme intérieur généré par la pandémie ?



Les Ets Lieutard sont spécialisés dans la fabrication de cuirs pour reliure et de parchemins.

CP : Cent fois, oui. D'abord parce que les gens ne sont pas partis à l'étranger et qu'ils avaient envie de découvrir du nouveau. Ensuite parce que la dimension solidaire a réellement joué. Dans un mouvement de vrai patriotisme économique, **nos concitoyens ont eu envie de soutenir leurs entreprises**. Non seulement la fréquentation fut plus forte, mais en dépit de groupes plus petits (pandémie oblige), les paniers d'achat à la fin des visites étaient nettement plus importants !

Et puis il y a eu la campagne de communication que nous avons lancée, relayée un peu partout : « *La visite d'entreprise, l'autre tourisme* » qui semble avoir bien fonctionné. D'autant mieux qu'en sortie de confinement, les gens recherchaient un tourisme plus humain, relationnel, authentique. **Enfin, il y a une certaine dimension vertueuse qui sera au centre de notre prochaine campagne** car elle est de plus en plus prégnante : cette ouverture et cette transparence des entreprises les encouragent clairement à faire valoir leurs actions en faveur du développement durable et de l'environnement, l'hygiène, etc. Et à s'y engager de plus en plus résolument. A travers le mode de rapprochement convivial qu'est la visite, entreprises et citoyens s'affirment solidaires dans un combat commun : sauver la planète.

VA : En quoi cette forme de tourisme culturel particulière vous semble-t-elle en phase avec l'époque et les aspirations de nos concitoyens ?

CP : Il y a cette aspiration à **davantage de responsabilité et de transparence** déjà. Et plus le secteur d'activité concerné est sensible voire polémique, plus elle sera affirmée : agro-alimentaire (qu'est-ce qu'on mange ?), industries lourdes (et la pollution, le CO² ?). Tandis que dans le même temps, à l'opposé, comme pour équilibrer, les aspirations de nos concitoyens se tournent vers les produits qui font rêver : artisanat, luxe, mode, gastronomie. **On est dans l'information citoyenne certes, mais aussi dans le plaisir**. Et de plus en plus dans le local : on veut comprendre ce qui se passe à côté de chez soi. Et comme ce tourisme de proximité était peu connu, il marche fort. D'autant plus fort qu'il est connecté aux aspirations actuelles : **il est tout sauf hors-sol ; solidement ancré au contraire dans l'histoire et le patrimoine du territoire où l'on vit.**



Groupe de visiteurs et guide dans la galerie principale de la salle des machines de l'usine marémotrice de la Rance lors des JIE 2018

VA : Le tourisme de savoir-faire est-il régi par des règles ?

CP : Dès lors que vous créez un ERP (Espace Receptif du Public), la loi entre en jeu. Et tout se complique quand vous pénétrez dans les espaces de travail : sécurité, confidentialité, hygiène... travailler sur ces contraintes représente d'ailleurs l'un des volets d'intervention majeurs d'Entreprise et Découverte. **De ce côté, notre aide est précieuse.** Alors, bien sûr, vous pouvez toujours ouvrir un musée de l'entreprise, ce sera bien moins complexe. Mais l'impact ne sera absolument pas le même.

VA : Le tourisme dans son ensemble opère un virage vertueux vers davantage de durabilité. Quid du tourisme de savoir-faire ?

CP : Cette forme de tourisme encourage clairement l'adhésion à des valeurs plus durables et responsables. Car le public ne se prive pas d'assaillir les entreprises de questions de ce côté. De plus, concrètement, et côté visiteurs cette fois, en se rendant dans une entreprise locale (et il y a eu un vrai boum de ce côté cet été avec l'explosion du tourisme de proximité), on entretient les circuits courts. Et comme cela gagne des industries plus lourdes, cela joue sur des produits plus conséquents. Que l'on paie peut-être un peu plus cher, mais qui sont Made in France et que l'on gardera plus longtemps. Non, honnêtement, de fait, **le tourisme de savoir faire participe pleinement d'un tourisme plus durable et responsable.**

VA : Vous initiez cette année un grand projet. Dans quel cadre et dans quel but ?

CP : En bref, la DGE (Direction Générale de l'Équipement) a lancé en 2020 un appel à projets qu'Entreprise et Découverte a remporté. Son objectif est triple :

- **1) Augmenter le nombre d'entreprises ouvertes à la visite.** Et notamment ces fameuses pépites qui intéressent tant les visiteurs étrangers. Or, là où nous n'avions ni le temps ni les moyens d'aller les chercher, les partenariats financiers noués autour de ce programme d'état, vont nous le permettre.
- **Continuer et achever la structuration de l'offre proposée par les entreprises.** Car elles sont encore trop nombreuses à bricoler dans ce domaine qui doit devenir gage de qualité et de professionnalisme. Nous sommes là pour ça, comme pour leur éviter de tomber à l'opposé dans un côté trop aseptisé, artificiel (pas de musée, du live !)
- **Promouvoir :** campagnes de com, guides du Routard, site internet... et surtout, surtout, le plus prometteur : se mettre à travailler pleinement avec les territoires : CRT, CDT, OT. Il y a là une formidable opportunité pour tous.



Le Rhône en aval du barrage de Génissiat sur Le Rhône © Camille Moirenc

VA : Quelle échéance ?

CP : Nous avons 3 ans pour mener à bien ce projet. Outre nos 25 ans d'expérience, nous pouvons à présent nous appuyer sur un groupement de 30 acteurs majeurs qui vont mettre la main à la patte (et au portefeuille donc). **Tous ensemble, autour de la table, nous avançons vite et bien.** D'autant que comme nous l'avons dit au départ, tout le monde joue le jeu désormais : Médef, ADN Tourisme, fédérations professionnelles de presque tous les secteurs : Arts de la Table, Agro-alimentaire, Cuir, Plasturgie, Carrières et Matériaux I, Cosmétiques, Automobile... Tous vont relayer le message et nous aider à dénicher ces fameuses pépites. Sachant que **5 régions (le meilleur niveau de coopération) sont entrées dans la danse cette année** : Provence-Alpes-Côte-D'azur, Normandie, Hauts de France, Grand Est et Centre Val de Loire. D'autres viendront en 2022, puis d'autres en 2023 jusqu'à ce que tout le monde soit représenté. Dernière catégorie mise à partie : les universités, Angers et Arras pour le moment qui intégreront dans leur cursus cette dimension, dans le but de former les futurs professionnels du secteur. Enfin, impossible de finir sans citer les trois entreprises qui depuis des années sont pour nous d'un grand soutien, financier notamment : Rémy Martin, EDF et La Monnaie de Paris.

VA : S'agit-il de créer une véritable filière organisée ? Destinée à quels professionnels ?...

CP : Ensemble, nous allons commencer par établir un diagnostic par région : qui fait quoi, qui a besoin de quoi, qui peut prétendre au statut de pépite... Nous pourrions alors définir des plans d'action par territoire et par filière. Nous mènerons enfin un certain nombre d'actions expérimentales qui, si elles s'avèrent fructueuses, seront reproduites ailleurs jusqu'à créer un modèle économique pérenne. **Mais la grande nouveauté, le vrai pas en avant, c'est que nous allons nous aussi passer progressivement du général au local.** Deux antennes viennent déjà d'être créées, à Angers et dans les Hauts de France. Puis la région Sud devrait suivre. Car le but ultime est de travailler le plus possible **dans et avec les territoires !** Pour répondre plus précisément à votre question, le but est bien de créer – avec l'aide des CRT – de nouveaux produits qui seront ensuite vendus, notamment à l'international.

VA : Comment comptez-vous « faire connaître et valoir cette nouvelle offre culturelle » ?

CP : Il y a notre communication dédiée, nos campagnes et les guides du Routard (un national, un Provence-Alpes-Côte-D'azur et le petit dernier : Nouvelle Aquitaine). Et puis il va y avoir **l'apport en communication des CRT.** Car communiquer sur cette offre particulière, c'est aussi communiquer sur le territoire et son attractivité. Puis viendront certainement les CDT et les OT qui prennent peu à peu conscience des atouts dont ils disposent. C'est vraiment une belle aventure collective qui s'annonce...



- France Inter, juillet 2021

Accueil > Émissions > Histoires économiques > Visites d'usines et stages chez l'artisan, le nouveau tourisme

HISTOIRES ÉCONOMIQUES

Jeudi 1 juillet 2021 par [Sophie Fay](#)

Visites d'usines et stages chez l'artisan, le nouveau tourisme

2 minutes



Ce week end se tiendra à l'Elysée la deuxième édition de la Grande Exposition du Fabriqué en France. Mais on peut découvrir autrement l'industrie et l'artisanat français: en visitant directement usines et ateliers.



Visiter une usine © Getty / wanderluster

Pour découvrir différemment le made in France, il suffit d'aller sur Internet [sur le site Entreprise et découverte](#). Et là, vous allez trouver tout un univers: celui des usines ou des ateliers français qui sont ouverts au public. En les visitant, vous pourrez vraiment voir le "Fabriqué en France" sur place et en direct.

L'association Entreprise et découverte a été créée il y a vingt-cinq ans par Cécile Pierre et Anne Aubineau.

Elle sera présente dans les salons de l'Elysée, avec quelques entreprises partenaires : le fabricant de bottes en caoutchouc [Aigle](#), les parfums [Fragonard](#), la lingerie [Indiscreète](#) ou les [Ateliers Loire](#), qui font du vitrage au plomb.

Sur le site vous trouverez 2000 usines à visiter. Souvent c'est un bel exercice de transparence. Le billet est en moyenne de 5 euros 90. Certaines visites sont gratuites. P



près de la moitié des entreprises ont plus de 50 ans et un quart plus de cent ans.

Et ces visites peuvent se faire même en juillet ou en août ? Les usines ne ferment pas ?

Il vaut mieux vérifier avant d'y aller, mais le site précise tout ça. Je peux déjà vous citer quelques visites possibles. Celle par exemple de la [Manufacture Bohin](#), dans l'Orne. Bohin ce sont les épingles et les aiguilles. On m'a dit qu'elle était formidable.

Si vous aimez les pulls marins, vous pouvez visiter les [tricots Saint James](#) près du Mont Saint Michel ou [Roc'Han Maille](#) dans le Morbihan. Plusieurs centrales nucléaires ou barrages hydrauliques sont aussi ouverts à la visite.

On est en France, il y a donc beaucoup d'agro-alimentaire. La visite c'est aussi un moyen de vendre.

Et il y a une autre forme de tourisme de savoir-faire qui se développe...

Oui cet hiver une étude de l'Institut Obsoco sur les loisirs montrait que les Français les plus heureux sont ceux qui "produisent" quelque chose pendant leur temps libre, les adeptes de la musique, de la couture, du jardinage, du bricolage.

ça tombe bien, le collectif d'artisans [Wecandoo](#) qui s'est créé il y a cinq ans vous propose de venir travailler avec un de ses membres. Là aussi le site Internet est très bien fait avec des ateliers dans toute la France. Vous travaillez avec l'artisan, qui vous apprend à assembler votre vin, affiner un fromage de brie, faire un saladier, un encadrement, un maillot de bain...



À lire - SOCIÉTÉ

Tourisme : Visiter une usine, ça vous tente ?



<https://www.franceinter.fr/emissions/histoires-economiques/visites-d-usines-et-stages-chez-l-artisan-le-nouveau-tourisme>

- Le Monde des Artisans, juillet 2021

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

VISITE D'ENTREPRISE

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

Le 22/07/2021 par Cécile Vicini

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 !

PARTAGER : [Twitter](#) | [IMPRIMER](#)



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

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** !

i **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 :

- **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**.

>> Vous êtes intéressé ? Vous souhaitez participer ou tout simplement en savoir plus ? Rendez-vous sur le site Internet d'Entreprise et Découverte.

<https://www.lemondedesartisans.fr/actualites/entreprise-et-decouverte-lance-la-campagne-cet-ete-se-retrouve-latelier>

Un guide du Routard pour visiter les entreprises de la région

Publié le 08/10/2021 à 06:25 | Mis à jour le 08/10/2021 à 07:48



Philippe Gloaguen, directeur de la collection Le Routard, Christelle Chassagne, conseillère régionale et Antony Demel, directeur général adjoint du CRT ont présenté « Le Routard » à Limoges dans les locaux de la manufacture de porcelaine Bernardaud.

© Photo NR

Une centaine d'entre elles à travers la Nouvelle-Aquitaine ont été sélectionnées. Familiales et d'excellence, elles sont une vitrine du savoir-faire régional.

Les ateliers Laurige à Chauray, ceux des Chaussures de Gâtine à Pompaire, l'unité de production Fiée des Lois à Prahecq dans les Deux-Sèvres, l'usine Aigle à Ingrandes-sur-Vienne, la boutique Rannou-Métivier à Montmorillon ou encore l'atelier de confection Indiscrète à Chauvigny dans la Vienne : une centaine d'entreprises de renom au savoir-faire incontestable de Nouvelle-Aquitaine ont désormais leur *Guide du Routard*. Une édition spéciale vient en effet d'être publiée dans le cadre d'un partenariat entre *Le Routard*, le Comité régional de tourisme Nouvelle-Aquitaine et l'association de promotion du tourisme de savoir-faire, Entreprise et découverte.

Des savoir-faire derrière ces entreprises familiales

« C'est un formidable outil pour faire découvrir des savoir-faire mais aussi des histoires d'homme, s'est félicitée Christelle Chassage, conseillère régionale élue des Deux-Sèvres et administratrice du Comité régional de tourisme de Nouvelle-Aquitaine, mercredi dernier lors du lancement du guide à Limoges, dans les locaux de la manufacture de porcelaine Bernardaud. *Ce guide promeut une autre façon de voyager et doit permettre de faire perdurer les gestes, les traditions, les métiers dont certains sont en voie de disparition.* » Un avis que partage Philippe Gloaguen, directeur de la collection *Le Routard* qui voit en la Nouvelle-Aquitaine un vivier intarissable de sujets. « *Nous avons proposé voilà peu un guide autour de Terra Aventura, maintenant autour de ces entreprises familiales qu'une sont pas détenues par des fonds de pension. Il y a de l'excellence derrière toutes ces histoires. Nous avons sélectionné les meilleures dans leur catégorie.* »

Et pour le célèbre patron du *Routard*, le guide peut aussi avoir une autre vertu : « *C'est un très bon moyen de faire naître des vocations de réconcilier les jeunes avec le monde de l'entreprise.* » « *Aujourd'hui, vous pouvez visiter 2.000 entreprises partenaires de notre réseau en France, assure Marie Cario de l'association Entreprise et découverte. Mais dans leur ensemble les visites d'entreprises intéressent 15 millions de visiteurs par an en France. Il y a un vrai potentiel et notamment en Nouvelle-Aquitaine. À travers ce guide nous proposons de découvrir 100 pépites.* »

Le Routard, la visite d'entreprises en Nouvelle-Aquitaine est édité à 12.000 exemplaires.

« *Le Routard, la visite d'entreprises en Nouvelle-Aquitaine* » aux éditions Hachette. 144 pages. 12,95 €.

<https://www.lanouvellerepublique.fr/poitiers/un-guide-du-routard-pour-visiter-les-entreprises-de-la-region>

Retrouver l'intégralité de la revue de presse Entreprise et Découverte 2021 :

<https://www.entrepriseetdecouverte.fr/espace-pro/espace-presse/revue-de-presse/>



2 nouveaux partenaires ont rejoint le Comité de Pilotage de l'association en 2021 :

- la maison Rémy Martin
- le Comité Régional de Tourisme Centre-Val de Loire

La maison Rémy Martin

Rémy Martin est une des grandes maisons de cognac. Fondée en 1724 et basée aujourd'hui dans la ville de Cognac, cette maison est l'un des principaux acteurs de la production et fabrication du cognac (eau-de-vie) en France. Elle s'est spécialisée dans la production de cognacs Fine Champagne. Elle fait partie du Comité Colbert, cette association regroupant des maisons de luxe pour promouvoir le savoir-faire français. La société appartient depuis 1991 au groupe de spiritueux Rémy Cointreau.

Rémy Martin propose différentes visites du site d'élaboration des cognacs à la Maison historique, permettant de découvrir tout le savoir-faire de la Maison.

Adhérente depuis de longues années à l'association, la Maison Rémy Martin a souhaité s'engager plus en avant dans le développement de la filière, en rejoignant le Comité de Pilotage de l'association.



Le Comité régional de Tourisme Centre-Val de Loire

Le Comité Régional du Tourisme Centre – Val de Loire concourt à la mise en œuvre de la politique du tourisme arrêtée par le Conseil régional du Centre. Le CRT assure, pour le compte de la Région, les actions de promotion touristique de la région en France et à l'étranger, conformément aux orientations retenues dans le cadre de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable.

Il s'appuie sur les orientations affichées dans la stratégie marketing, notamment en termes de marques (Val de Loire, La Loire à vélo, Touraine, Berry Province et Châteaux de la Loire) et de filières prioritaires (patrimoine culturel, tourisme de nature, itinérances douces, art de vivre et tourisme d'affaire). En 2021, le Tourisme de savoir-faire a été identifié comme une filière à développer à l'échelle de la Région. Le partenariat avec l'association Entreprise et Découverte vient marquer cet engagement du Comité Régional du Tourisme.





Pour rappel, Entreprise et Découverte a remporté en 2020 l'appel à projet Tourisme de savoir-faire : développer, professionnaliser et promouvoir la visite d'entreprise en France lancé par la DGE. Pour en savoir plus sur les objectifs, la méthode de travail et le groupement de partenaires avec lequel nous travaillons en étroite collaboration, cliquez ici.

Pour l'année 2021, 5 régions (CRT) ont rejoint le groupement de l'appel à projet : Centre Val-de-Loire, Normandie, Hauts-de-France, Grand Est et Sud (Provence-Alpes-Côte d'Azur).
Les phases de travail ont été les suivantes :

1. Création des outils méthodologiques

Elaboration d'un questionnaire à destination des entreprises et à destination des institutionnels.

Création de supports pour présenter le contenu de l'appel à projet.

2. Information - formation des partenaires du groupement

Avant de démarrer la phase 1 de diagnostic de la filière, nous avons informé et formé l'ensemble des partenaires du groupement à la filière de la visite d'entreprise en 4 phases :

Phase 1 : réunions en visioconférence avec les représentants de chaque partenaire au plan national pour rappeler les contenus de l'AAP.

Phase 2 : réunions en visioconférence avec chaque partenaire (+ de 20 RDV) et ses équipes pour les informer/former sur le TSF et comprendre chaque secteur d'activité impliqué.

Phase 3 : réunions en visioconférence avec les adhérents de nos partenaires (fédérations ou entreprises) pour former sur la visite d'entreprise

Phase 4 : webinaires (renforcés par le témoignage d'entreprises) auprès des institutionnels du tourisme, des entreprises (tous secteurs d'activité confondus : entreprises alimentaires, entreprises de carrière...) pour sensibiliser à la filière

3. Lancement du diagnostic de la filière auprès des entreprises et des institutionnels du tourisme

> Recueil des données

- Travail des étudiants de l'université d'Artois et d'Angers pour démarrer le recensement des visites sur les 5 régions
- Envoi du questionnaire aux entreprises via nos partenaires, aux entreprises identifiées par les étudiants et aux entreprises du réseau Entreprise et Découverte
- Envoi du questionnaire aux offices de tourisme et agences départementale du tourisme via ADN Tourisme et les CRT.
- Suivi des retours questionnaires et relances
- Identification des entreprises "pépites" (qui ne font pas de visite) avec chacun de nos partenaires à l'occasion de réunions spécifiques sur le sujet

Clôture des questionnaires en septembre :

- Plus de 550 réponses au questionnaire entreprises
- Plus de 80% de réponses des ADT et 50% de réponses des offices de tourisme

Sur la base des retours des entreprises (développement ou professionnalisation) une sélection est opérée pour aller les rencontrer dans chaque région. Les autres entreprises sont contactées par téléphone et/ou mail. Ces visites permettront d'affiner les attentes des entreprises et de confirmer leurs besoins.

> Analyse des données et restitution

Les données sont triées et mises en perspective pour obtenir des résultats quantitatifs et qualitatifs compilés dans un rapport de diagnostic. Les enseignements et grandes tendances issus du diagnostic sont présentés dans un premier temps par région puis seront présentés par secteur d'activité.

> Organisations réunions de restitution dans chacune des régions pilotes pour présenter les rapports

- Antennes régionales
- Soutien aux entreprises crise sanitaire
- Nouveaux partenaires de l'association



Appel à Projets / Le Tourisme de savoir-faire dans le plan de reconquête et de transformation du tourisme

Le Premier Ministre a présenté le 20 novembre 2021 le plan Destination France, qui vise à la fois à renforcer le secteur du tourisme, durement touché par la crise sanitaire, et à placer notre pays en tête du tourisme mondial. Le plan prévoit 1,9 Md€ de moyens supplémentaires, dont 1,25 Md€ de prêts de Bpifrance et de la Banque des Territoires, et 650 M€ de financements de l'État.

Ce plan de reconquête et de transformation du tourisme comprend 5 grands axes :

- ✚ Conquérir et reconquérir les talents (ressources humaines) ;
- ✚ Renforcer la résilience du secteur et soutenir la montée en qualité de l'offre ;
- ✚ Valoriser et développer les atouts touristiques français ;
- ✚ Répondre aux enjeux de transformation du secteur, notamment en termes de transition environnementale ;
- ✚ Promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché.



Le tourisme de savoir-faire est pleinement identifié comme un levier de développement à l'Axe 3, « Valoriser et développer les atouts touristiques français ». Entreprise et Découverte est mentionnée comme structure référente, dans le cadre du travail mené par l'association et ses partenaires pour développer la filière au plan national (appel à projet de la DGE « Tourisme de savoir-faire », remporté en 2020).

l'activité et l'attractivité touristique des territoires. L'opération « Réinventer le patrimoine », qui a pour objectif de valoriser des biens patrimoniaux et développer l'offre culturelle, touristique et événementielle des territoires, est poursuivie en 2022.

Pour aller plus loin, Destination France souhaite encourager un tourisme culturel mieux partagé dans les territoires en valorisant les **32 Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe (ICCE)** qui cheminent à travers la France et permettent de découvrir un patrimoine européen riche et diversifié. Particulièrement présents dans les territoires ruraux, mobilisant une large diversité de partenaires publics et privés, ces ICCE représentent d'authentiques leviers pour le développement d'un tourisme culturel durable. Ainsi, en lien avec l'Institut Européen des Itinéraires Culturels, ces 32 ICCE feront l'objet d'une meilleure valorisation auprès du public, des institutions et des professionnels du tourisme (communication, carte numérique interactive, signalétique, événements).

Enfin, le **tourisme de savoir-faire** constitue pour la France un atout touristique et une filière d'avenir : il permet à la fois de mettre en tourisme de nouveaux lieux, en valorisant le patrimoine industriel et technique, les savoir-

faire d'excellence et métiers d'art français, et de promouvoir la production nationale et ses métiers en direction du grand public.

Aujourd'hui 2 000 entreprises ouvrent leurs portes au public et donnent ainsi à voir et à comprendre leur outil de production : de la très petite entreprise artisanale au grand groupe, elles couvrent tous les secteurs d'activité, des métiers d'art aux biens de consommation (agroalimentaire, industries technologiques, BTP et matériaux de construction, cosmétique et bien-être, énergie et environnement, mode et textile, luxe, etc.). Le Gouvernement ambitionne de doubler ce nombre à l'horizon 2025 et de structurer la filière au niveau national en la dotant d'un modèle économique pérenne. Seront financés, dans le cadre du projet de structuration de la filière piloté par l'association « Entreprise et Découverte », et en coopération avec les Régions intéressées, 100 entreprises dans leur projet d'ouverture aux touristes français et internationaux (investissements, équipements, formation, promotion, médiation).



Plan de reconquête et de transformation du tourisme



Les audits réalisés par Entreprise et Découverte débouchent sur des préconisations opérationnelles et précises, permettant à l'entreprise de créer ou optimiser leur offre de tourisme de savoir-faire. Ces audits, réalisés sur mesure, empruntent un même cadre méthodologique afin d'examiner les 5 points suivants :

- L'analyse benchmark sur le produit de l'entreprise
- La stratégie,
- Le produit tourisme de savoir-faire (parcours de visite, espace de marque, boutique...)
- La gestion,
- La mise en marché.

Tonnellerie Seguin-Moreau, Merpins (Nouvelle-Aquitaine, 16)



Etude de faisabilité pour la création d'un dispositif de tourisme de savoir-faire :

- + Benchmark des visites dans ce secteur d'activité
- + Etude de l'environnement touristique
- + Analyse de la stratégie à mettre en œuvre
- + Définition du modèle économique du dispositif
- + Audit du site de production pour l'intégration d'un parcours de visite, d'un espace d'animation (stage, atelier...)

Groupe Mytilimer, élevage et transformation de produits de la mer à Cancale (Bretagne, 35)



Etude de faisabilité pour la création d'un dispositif de tourisme de savoir-faire à l'occasion de la création d'un nouveau bâtiment de production :

- + Benchmark des visites dans ce secteur d'activité
- + Etude de l'environnement touristique
- + Analyse de la stratégie à mettre en œuvre
- + Définition du modèle économique du dispositif
- + Etude du parcours de visite sur plan

Biscuiterie de l'Abbaye, Lonlay – l'Abbaye (Normandie, 61)



La Biscuiterie de l'Abbaye adhérente d'Entreprise et Découverte organise des visites d'entreprise depuis de nombreuses années. Notre mission : faire un point sur l'ensemble du process d'accueil du public pour optimiser l'activité de visite.

Audit de professionnalisation sur :

- ✚ La stratégie globale
- ✚ Le parcours de visite
- ✚ Les contenus
- ✚ L'organisation logistique et humaine

Mehari Cassis Club, Cassis (Provence-Alpes-Côte d'Azur, 13)



Audit de faisabilité :

- ✚ Définition du projet
- ✚ Analyse de l'environnement
- ✚ Définition du produit tourisme de savoir-faire et organisation des espaces
- ✚ Définition de la gestion humaine et logistique
- ✚ Modèle économique et budget prévisionnel



Kiplay, Flers (Normandie, 61)

Audit de faisabilité

Kiplay est une entreprise normande de renom qui vient de fêter ses 100 ans ! Spécialiste du vêtement de travail, l'entreprise créé en 2017 une collection Vintage qui remporte un grand succès. C'est pour cette nouvelle collection et le travail à façon pour des grandes marques françaises (Le Slip Français,

AVN...) que l'entreprise relocalise une partie importante de sa production en France. Dans cette dynamique, Kiplay sollicite Entreprise et Découverte. L'audit de faisabilité permettra à l'équipe de s'engager sur le tourisme de savoir-faire : définir le parcours de visite, le rythme d'accueil, le guidage, les contenus de la visite...

Quimper Cornouailles Développement (Bretagne, 29)



Consultation remportée par Entreprise et Découverte pour l'accompagnement des entreprises à l'ouverture au public et travail sur la structuration de l'offre pour le territoire.

Démarrage en janvier 2022



Accompagnement/ Les formations

Entreprise et Découverte est organisme de formation agréé. Ces formations s'adressent aux entreprises, aux fédérations et associations professionnelles et aux acteurs des territoires (Offices de Tourisme, CRT, CDT...), et permettent de sensibiliser les différents acteurs aux enjeux de la visite d'entreprise.

Notre équipe de spécialistes a réalisé depuis plus de 25 ans plus de 200 formations sur l'ensemble du territoire. Ces sessions sont assurées sur site, si possible dans l'entreprise. Chaque point est illustré par des cas concrets et des mises en situation.

Ôsez Mauges, Tourisme et Développement en Val de Loire (Pays de la Loire, 49)



Osez Mauges propose chaque année depuis 10 ans l'opération "C'est quoi ton entreprise" pour découvrir les entreprises des Mauges et leurs savoir-faire. Nous avons accompagné la structure pour opérer un transfert de compétence sur le volet audit notamment auprès d'entreprises qui ne font pas de visite. Ceci pour faciliter le travail de recrutement de nouvelles entreprises pour l'opération ou pour la mise en place de visites à l'année.

<https://www.osezmauges.fr/agenda-mauges/grands-evenements-mauges/grands-evenements-c-est-quoi-ton-entreprise/>

Communauté de Communes des Baux-Alpilles (Provence-Alpes-Côte d'Azur, 04)



La Communauté de Communes des Baux-Alpilles organise depuis plusieurs années un événementiel visite d'entreprise sur son territoire, « A la rencontre des savoir-faire des Alpilles ». La Communauté de Communes souhaite maintenant pérenniser le dispositif, et accompagner les entreprises qui souhaitent s'engager dans une démarche d'ouverture régulière au public.

L'association a accompagné la Communauté de Communes dans cette démarche, en proposant des sessions de formation à destination des entreprises du territoire.

<https://vallee-des-baux-alpilles.fr/savoir-faire-des-alpilles/>

UNICEM



Formation des sites de carrières et matériaux de construction

3 sessions de formation à destination des entreprises adhérentes à l'UNICEM pour préparer leurs Journées Portes Ouvertes "Carrières et matériaux de construction à cœur ouvert" en septembre 2021.

"Les 10 points-clés pour des JPO réussies" - 1h30

<https://www.unicem.fr/2021/09/02/jpo-unicem-2021/>

Centre International des Spiritueux, Cognac (Nouvelle-Aquitaine, 16)



Formation à destination des entreprises de spiritueux

3 sessions de formation intégrées dans un module de formation "Spiritourisme" :

"La visite d'entreprise : les principales étapes pour réussir son ouverture au public" - 4h