

Le tourisme de découverte économique

Synthèse des actions menées dans l'Aisne

Un potentiel important mais une offre difficile à structurer

Un des plans du premier schéma départemental du tourisme concernait la valorisation du tourisme dit « industriel et technique » désigné plutôt sous le vocable « tourisme de découverte économique » (la filière concerne également les agriculteurs et les artisans).

Une nouvelle filière à exploiter

Le tourisme dit « industriel » a été initié dans les années 50 par EDF (visite de sites de production). Cette filière touristique connaît une forte expansion. En effet, selon un sondage CSA, 67% des français ont visité une entreprise agricole, 65% une artisanale et 52% une industrielle. 80% se sont déclarés très satisfaits et sont prêts à recommencer. Mais les entreprises françaises ont beaucoup de retard en comparaison d'autres pays.

Le CDT s'est penché sur le sujet et a souhaité engager, en lien avec les 3 chambres consulaires et l'Agence de Développement de l'Aisne (ADA), une réflexion. L'Aisne présente, en effet, un tissu actif d'entreprises mais trop méconnu qui pourrait s'intégrer dans cette démarche.

Les définitions de cette filière ainsi que du champ d'investigation sont assez flous. Le CDT s'est concentré sur la problématique de fond : l'ouverture à la visite des entreprises afin de présenter au public le **processus de production**.

Trois catégories de sites sont concernées :

- *tourisme de découverte économique : sites en activité*
 - sites ouverts sans modification (portes ouvertes)
 - sites sur lesquels on greffe un processus de visite
 - *patrimoine industriel* : tout ce qui n'est plus en activité : écomusées et musées de collection (Musée des Chemins de Fer en Alsace), anciennes usines devenues musées,
 - *les sites historiques liés à l'histoire industrielle* : exemple du Familistère Godin
- Le cœur de l'étude
- Ces sites devaient être associés aux entreprises dans le cadre d'une mise en réseau touristique.

Intérêts et objectifs

Les intérêts du public à la visite d'entreprises

- curiosité relative au processus de production de produits consommés. Le besoin d'être rassuré également sur les produits de consommation courante (notamment agroalimentaires)
- il s'agit d'une offre de loisirs nouvelle, décalée vis-à-vis de l'offre de visite classique, la recherche du spectacle : site en lui-même (barrage EDF), masses importantes mise en jeu, chaîne de production, travail des hommes...

Les objectifs des acteurs de l'offre : différents mais convergents !

- Les entreprises et les chambres consulaires

- conforter l'image de marque/volonté de transparence. Cela concerne aussi les visiteurs professionnels.
- la visite : un instrument de cohésion et de paix sociale.
- valorisation des salariés et donc renforcement de la culture d'entreprise.
- débouchés directs (boutiques, produits dérivés) et indirects (commandes). C'est surtout un objectif recherché par les entreprises agricoles ou artisanales de petite taille

Les freins : sécurité des visiteurs, du processus de production, gêne de l'activité. Investissements (de 400 à 500 KF en moyenne), appréhension vis-à-vis du secteur touristique (compétence, communication/commercialisation adaptées).
Nécessité à adapter les équipements, à mettre en scène la production.

➡ les collectivités et les acteurs du tourisme

- valoriser l'image du territoire à travers son réseau d'entreprise et les savoir-faire modernes et traditionnels
- développer le tourisme en exploitant cette nouvelle thématique. Répondre à une demande croissante et conquérir grâce à cette offre nouvelle, de nouveaux marchés. Dynamiser l'offre actuelle en produits touristiques par de nouvelles prestations liées à la visite d'entreprises

Les étapes

- ➡ Une pré-enquête a été réalisée par les chambres consulaires auprès de leurs ressortissants et ont déterminé un groupe d'une cinquantaine d'entreprises « intéressables » à cette démarche d'ouverture.
- ➡ Un prestataire extérieur, le cabinet MANACOM, a donc été missionné pour élaborer un diagnostic et un plan d'actions.

Afin de rendre cette approche la plus concrète possible, un groupe-témoin d'une vingtaine d'entreprises représentatives a été constitué. Ces entreprises ont été contactées et auditées.

Les conclusions de l'étude

- ➡ confirmation du potentiel que présente le département de l'Aisne pour cette thématique. ➡ l'absence de véritable « cathédrale » du tourisme industriel (handicap)
- ➡ globalement, les entreprises industrielles qui ouvrent leurs portes à la visite supportent cette activité comme une contrainte nécessaire au lieu d'un outil au service de leur développement et leur promotion
- ➡ la qualité des visites est très perfectible (équipements d'accueil, scénario de visite, mise en scène, sécurité, etc...)
- ➡ un groupe pilote (non limitatif) d'une vingtaine d'entreprises se dégage. C'est sur ces dernières que devraient se concentrer les efforts de mise en valeur
- ➡ il y a nécessité à accompagner et soutenir les entreprises sur les questions de communication, de sécurité, de formation des guides, audit et conseil en scénographie, investissement matériel , etc...

Bilan et perspectives

L'étude validée par le Conseil Général et les partenaires consulaires au second semestre 2000 devait faire - à partir de 2001- l'objet une action collective animée par le CDT. Une assistante a initialement été recrutée à mi-temps pour coordonner un programme d'actions avec des objectifs triennaux et un accompagnement complet des entreprises : structuration de parcours de visite, montage de dossiers de

financement, réalisation de missions externes (sécurisation, scénario de visite...), suivi administratif, soutien promotionnel et commercial en lien avec les offices de tourisme.

Le démarrage des actions était prévu en 2001, mais leur mise en œuvre a été remise en cause **en raison** :

↳ de la présence d'un nombre insuffisant de sites motivés et souhaitant s'engager dans une démarche qualifiante et exigeante.

↳ du manque de visibilité de cette filière avec un intérêt rarement marqué de la part des entreprises industrielles

↳ de la fragilité de l'engagement des entreprises inscrites dans la démarche

↳ de la nécessité d'un suivi de proximité des entreprises pour lesquelles le processus de visite est annexe au processus de production ; ce suivi étant indispensable pour limiter les défections...

Recentrage des actions

Il a donc été décidé que le cadre d'action le plus pertinent n'était pas le niveau départemental **mais celui du pays**.

Cette décision a conduit à supporter une action collective portée par l'office de tourisme du Saint Quentinois, élaborée conjointement avec le Comité Départemental du Tourisme et soutenue financièrement par le Conseil Général et le Conseil Régional.

En 2004/2005, l'office de tourisme de Tourisme de Saint Quentin a élaboré, conjointement avec le Comité Départemental du Tourisme, un projet d'action collective sur son territoire.

Pour de plus amples détails sur cette action collective, se reporter aux rubriques relatives au tourisme industriel sur l'espace professionnel du Comité Départemental du Tourisme de l'Aisne¹.

¹ <http://www.pro-evasion-aisne.com/CDT-Aisne/Vos-outils/Chiffres-cles-et-etudes/Etudes/Etudes-filieres> ou <http://www.pro-evasion-aisne.com/CDT-Aisne/Vos-Reseaux-et-Labels/Les-filieres>