

# **PROJET COLLECTIF**

---

## **TOURISME DE DECOUVERTE ECONOMIQUE**

### **DANS LE SAINT-QUENTINOIS**

# Sommaire

---

<b>Partie I</b>	<b>Le contexte</b>	<b>pages 2 et 3</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le territoire du Saint-Quentinois</li><li>- Une volonté commune de développement touristique</li><li>- La tradition textile du territoire</li><li>- Le tissu économique local actuel</li></ul>	
<b>Partie II</b>	<b>Le concept de tourisme de découverte économique</b>	<b>page 4 à 7</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le tourisme de découverte économique</li><li>- Le tourisme de découverte économique en France</li><li>- Les visites d'entreprises dans la Somme</li><li>- L'exemple de « Made in Angers »</li><li>- L'opération de visites d'entreprises pour les individuels en 2005</li></ul>	
<b>Partie III</b>	<b>Le projet collectif de tourisme de découverte économique dans le Saint-Quentinois</b>	<b>page 8 à 11</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le concept</li><li>- Les clientèles visées</li><li>- Les actions</li></ul>	

## Le contexte

---

### ➤ Le territoire du Saint-Quentinois

Le territoire du Saint-Quentinois est situé en Picardie, au nord-ouest du département de l'Aisne et aux frontières du Nord et de la Somme.

Le Saint-Quentinois est composé de trois territoires partenaires de la Région pour la mise en œuvre de leurs projets de territoire et d'une charte de coopération interterritoriale :

- la communauté d'agglomération de Saint-Quentin : 20 communes
- la communauté de communes du Vermandois : 53 communes
- l'ADERMAS (Association de développement des cantons de Ribemont, Moy de l'Aisne et Saint-Simon) : 52 communes



Le territoire du Grand Saint-Quentinois, ci-contre, dépasse les limites administratives et correspond au territoire historique et touristique du Saint-Quentinois.

### ➤ Une volonté commune de développement touristique

La communauté d'agglomération de Saint-Quentin, la communauté de communes du Vermandois et l'ADERMAS ont développé une charte d'aménagement et de développement. Dans le cadre de la mise en œuvre de cette charte, les territoires ont notamment décidé de favoriser le développement d'activités de tourisme et de loisirs.

Par ailleurs, les offices de tourisme du Saint-Quentinois et du Vermandois et l'ADERMAS se sont engagés dans une démarche commune de développement touristique. Ces conditions de partenariat font l'objet d'une convention.

➤ **La tradition textile du territoire**

***Une filière touristique qui s'ancre sur une véritable réalité culturelle***

L'histoire et l'activité économique du Saint-Quentinois sont toujours liées à sa situation à la croisée de grands axes commerciaux, autrefois routes d'invasion. Durant des siècles, Saint-Quentin vit du textile : laine (sayetterie) au Moyen Age, lin (mulquinerie) au XVIIème et XVIIIème siècles, coton au XIXème siècle.

Saint-Quentin s'est imposée comme le centre d'une région textile importante du Moyen âge aux années 60. Tout son bassin d'emploi vivait du textile. Saint-Quentin fut, dès le Moyen Age, un centre florissant pour la fabrication, l'apprêt et le négoce des tissus, générant toutes les corporations attachées à ces activités.

➤ **Le tissu économique local actuel**

***Une concentration et une diversité qui permettent le développement de cette filière touristique***

Le Saint-Quentinois est le premier bassin d'emploi de l'Aisne et le 2<sup>ème</sup> pôle économique de Picardie.

Aujourd'hui, l'activité économique se concentre autour du tertiaire et de l'industrie. L'effet de sous-traitance ou de rattachement à un siège social hors du bassin économique saint-quentinois voit les fonctions de l'industrie axées sur la production, le magasinage et le transport.

L'industrie textile demeure une spécialité traditionnelle du Saint-Quentinois (le bassin d'emploi offre un peu plus de 30% des emplois du secteur du textile et 19% du secteur habillement-cuir de la Picardie).

La métallurgie et le travail des métaux constituent le deuxième pôle industriel traditionnel du Saint-Quentinois (Tubeurop, Le Creuset, etc.).

Un autre secteur d'activité se détache en terme de salariés, il s'agit du transport notamment la production de deux roues, et ceci grâce principalement à l'établissement de l'entreprise MBK Industrie (premier employeur privé du département).

Liée à l'importante métallurgie, la fabrication de machines et équipements occupe également près de 1 100 personnes (Pompes Moret, Constructions isothermiques BONTAMI, ECM Hivet, ...).

Les industries des composants électriques et électroniques sont également présentes dans le bassin d'emploi.

Le bassin d'emploi accueille près de 900 emplois dans la branche « chimie » avec une concentration sur l'activité des parfums et cosmétiques grâce à deux entreprises du groupe L'OREAL.

Notons également deux autres secteurs d'activités : l'industrie du papier – carton – édition (Papeterie du Limousin, Mondi emballages, La Couronne) et l'industrie agro-alimentaire (Nestlé France, Lu, ...).

**Le poids des visites d'entreprises dans le Saint-Quentinois**

**1<sup>er</sup> semestre 2005**

Les visites traitées en direct par les entreprises<sup>1</sup> : Le Creuset : 241 personnes  
La Couronne : 740 personnes

Les groupes de l'office de tourisme : 1 502 personnes  
Les individuels de l'office de tourisme : 380 personnes

Total : 2 863 personnes au cours du premier semestre

<sup>1</sup> Données recueillies auprès des entreprises

---

## Le concept de tourisme de découverte économique

### ➤ Le tourisme de découverte économique

Cette nouvelle forme de tourisme dénommée « tourisme de découverte économique » se définit comme la découverte par le public d'un site présentant un savoir-faire appartenant au passé, au présent ou à l'avenir. Cette forme de tourisme concerne 3 grands secteurs d'activité :

- la visite d'entreprise en activité, c'est-à-dire de sites de production, qu'ils soient artisanaux ou industriels,
- le tourisme de patrimoine industriel qui réunit l'ensemble des sites valorisant les techniques de production et les savoir-faire appartenant à l'histoire et au passé : ateliers – musées, écomusées,
- le tourisme scientifique dont l'objectif est la diffusion de la culture scientifique auprès du public : planétariums, cités des sciences, centres de culture scientifique...

### ➤ Le tourisme de découverte économique en France

**15 millions de visiteurs par an**

En France, l'apparition du tourisme industriel date de l'après-guerre. A l'époque, pour contrer certaines critiques des Américains sur le retard de l'industrie française, le patronat avait déclenché des opérations portes ouvertes, notamment dans l'industrie automobile. Mais, ensuite, pendant une vingtaine d'année, seules certaines initiatives ponctuelles, comme celle des brasseries Kronenbourg à Strasbourg, ont perduré.

Le tourisme industriel a repris au début des années 80. Cependant, il ne connaît son véritable essor que depuis une dizaine d'années. Chaque année, quelque 15 millions de Français se rendent sur les 5 000 sites ouverts au public.

#### Palmarès des entreprises françaises les plus visitées en 2002<sup>2</sup> :

Maison des vins (le Grau du Roi)	190 000 visiteurs
Moulin à papier Richard de Bas	185 000 visiteurs
Imagerie d'Epinal	167 293 visiteurs
La confiserie Bressaude (La Bresse)	150 000 visiteurs
Gwel (bateaux du lac - Aix les Bains)	150 000 visiteurs
Les vigneron de Buzet (Buzet sur Baïse)	144 160 visiteurs
Roquefort Société	143 613 visiteurs
La Bénédicte (Fécamp)	140 200 visiteurs
Champagne Mercier (Epernay)	136 000 visiteurs
La station météorologique de Mont Aigoual	135 000 visiteurs

### ➤ Les visites d'entreprises dans la Somme<sup>3</sup>

Depuis 1997, la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Somme, par le biais des Chambres Consulaires, organise des visites d'entreprises dans le Département. Elle avait alors démarré avec 30 sites qui avaient accueillis 1 392 visiteurs.

En 2004, 65 entreprises ont ouvert leurs portes à 3 357 visiteurs pour 273 visites.

La clientèle est essentiellement régionale.

### ➤ L'exemple de « Made in Angers »

Depuis 2000, l'office de tourisme d'Angers a lancé une opération de découverte économique qui se déroule chaque année à la fin février – début mars. Dès le début, cette manifestation est

---

<sup>2</sup> Enquête TDE 2002 - ACFCI

<sup>3</sup> Données recueillies auprès de la CCI d'Amiens

un succès puisque 8 entreprises ont ouvert leurs portes et ont reçu près de 2 600 visiteurs. En 2005, cette opération concerne 74 entreprises.

En 2003, 15 000 personnes ont participé aux visites. 80% d'entre eux étaient des locaux, 10% d'origine départementale et 10% régionale.

#### ➤ **Historique de la démarche dans le Saint-Quentinois**

Le CDT de l'Aisne, l'agence de développement de l'Aisne et les chambres consulaires de l'Aisne ont engagé, en 2000, une réflexion autour du tourisme de découverte économique. Le comité de pilotage avait alors missionné le cabinet MANACOM pour le choix d'une stratégie et d'un plan d'actions. Cette étude a mis à jour la nécessaire mise aux normes de sécurité des entreprises auditées (Le Creuset, Godin, MBK, la Couronne, ...) pour l'accueil des groupes, ainsi que l'aménagement des locaux. Les entreprises concernées n'avaient pas souhaité alors s'engager dans ce projet de développement.

Par ailleurs, depuis plusieurs années, l'office de tourisme organisait des visites d'entreprises pour les groupes, chez Le Creuset notamment. En 1998, la signature de conventions avec MBK, Le Creuset, Bochard et la Filandière officialise cette activité et une partie des guides conférenciers de Saint-Quentin est formée aux sites pour assurer ces visites. Cependant, l'offre ne se renouvelait pas et nous ne pouvions répondre à la demande des individuels.

#### ➤ **L'opération de visites d'entreprises pour les individuels menée en 2005**



En s'appuyant sur le noyau dur des entreprises partenaires de l'office de tourisme dans le cadre des visites pour les groupes, nous avons démarché d'autres entreprises, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Aisne. 25 entreprises locales ont souhaité participer à l'opération de visites pour les individuels. Un guide, à 5.000 exemplaires, a été édité pour promouvoir les visites.

Ces visites ont rencontré un franc succès auprès du public.

En terme d'organisation, l'office de tourisme gère l'édition du guide de visites, les réservations, la transmission des listings de réservation aux entreprises, l'accueil sur place et le guidage pour certains sites qui ont souhaité faire appel aux guides conférenciers.

#### **Les entreprises participantes :**

**Textile** : Collège Josquin des Près à Beaufort, Bohain Textile, Textiles Bochard à Saint-Quentin, Salomé Rökona à Oestres, Société industrielle de la Chaussée Romaine

**Industrie** : Edelcolor à Morcourt, Gagneur Modelage à Morcourt, Delaplace à Etreillers, MBK Industrie à Saint-Quentin, Tergal Fibres à Gauchy, Le Creuset à Fresnoy le Grand, Décapage de l'Aisne à Saint-Quentin, CEPAP La Couronne à Gauchy, Mondi Packaging à Saint-Quentin, SMURFIT Papier recyclé France à Alaincourt

**Energie** : Plate-forme Serval à Saint-Quentin, le parc éolien à Clastres, ELYO à Alaincourt

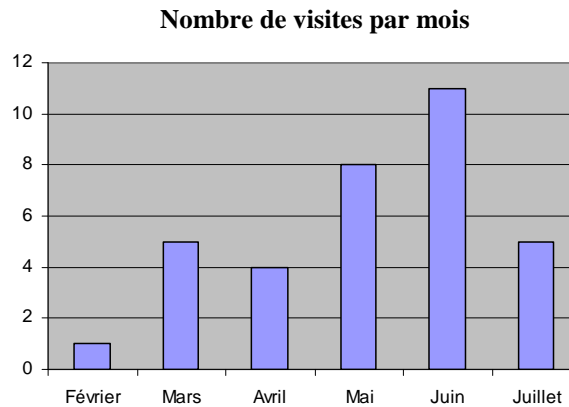
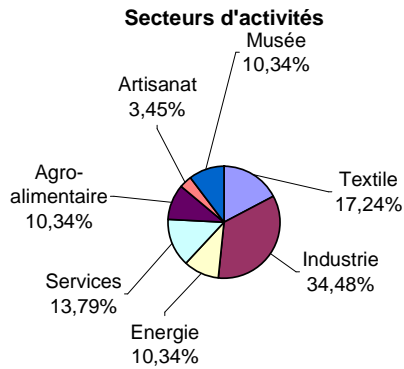
**Services** : Sita Dectra à Holnon, Météo France à Roupy, déchèterie Ducamp à Saint-Quentin

**Agro-alimentaire** : les Vergers de Séru à Ribemont, Lambert panification à Saint-Quentin, UMB à Saint-Quentin

**Artisanat** : Le Petit Chalet à Itancourt

**Musées** : musée de la Forge à Brissy-Hamégicourt

Partenariat également avec la Maison du Textile et Touage de Riqueval

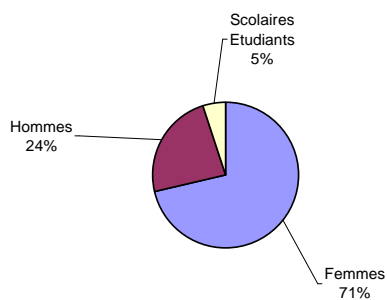
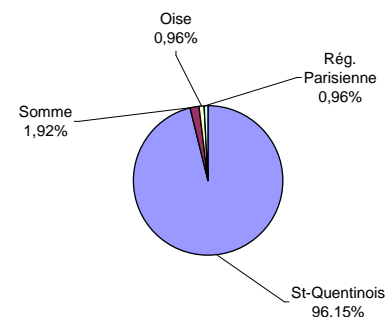


Le mois de mai et surtout celui de juin ont recueilli la faveur des entreprises. Les conditions climatiques et l'organisation de la production peuvent expliquer ce choix. Pour les mêmes raisons, le mois de février n'a pas été retenu, à une exception près. En outre, les périodes de congés scolaires ne sont pas favorables aux visites dans la mesure où les effectifs des entreprises peuvent être réduits.

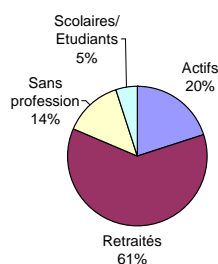
### Tableau récapitulatif

Période de février à juillet	
Nombre d'entreprises	25
Nombre de visites	34
Nombre de participants	380
Taux de remplissage	64,85 %

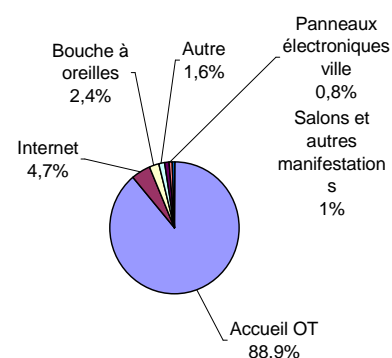
### Origine des visiteurs



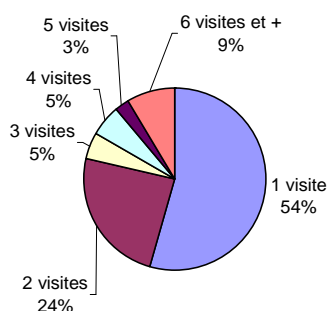
### Profil des visiteurs



### Prise de connaissance de l'opération



### Nombre de visites par personne



La grande majorité des visiteurs a pris connaissance de l'opération par le biais de l'office de tourisme : accueil, tableau d'affichage des manifestations et activités, programme des manifestations et activités édité en interne, guide de visites.

Fin juillet, les visiteurs ont reçu un questionnaire de satisfaction (retour : 38,15%).

#### *Participation antérieure à des visites d'entreprises dans le Saint-Quentinois*

25,92% des interviewés avaient déjà participé aux visites organisées par l'Office de Tourisme à l'occasion d'opérations ponctuelles (Textiles Bochard, Maison du Textile, MBK, Le Creuset, Broderie Bégon, Collège de la Broderie de Beaurevoir, Usine Godin à Guise).

#### *Participation antérieure à des visites d'entreprises hors Saint-Quentinois*

29,62% des interviewés avaient déjà participé à des visites d'entreprises dans d'autres régions, au cours de leurs vacances ou dans les départements limitrophes (les Bêtises de Cambrai, Cristallerie d'Arques, Fabrique de chocolat à Bessent (62), scierie et fabrique de fromage dans les Alpes,...)

### **ORGANISATION :**

#### *Système de réservation*

Les visiteurs se sont déclarés satisfaits à très satisfaits du système de réservation assuré par l'office de tourisme. Quelques mécontents se sont exprimés lorsqu'ils ne pouvaient s'inscrire à une visite déjà complète.

#### *Guide de visite*

Les visiteurs l'ont tous trouvé clair, détaillé ou attrayant. Une personne a souhaité que soit ajouté une liste chronologique des visites au début ou à la fin de ce guide.

### **L'ENTREPRISE :**

#### *Evaluation de l'accès à l'entreprise*

L'accès à l'entreprise a été jugé facile à très facile pour la majorité des sites, un peu plus difficile pour quelques uns en raison d'une signalisation en cours d'installation.

#### *Qualité de l'accueil sur les sites*

Tous les visiteurs ont été satisfaits ou très satisfaits de l'accueil sur les sites que ce soit l'accueil humain ou matériel, ainsi que de la logique des circuits, du contenu et de la durée des visites. Une remarque a été faite au niveau de la qualité de l'écoute, en raison du bruit ambiant dans certains ateliers.

### **CONCLUSION**

Les secteurs que les visiteurs souhaitent découvrir en 2006 : la plupart attendent nos propositions car tous les secteurs les intéressent. D'autres expriment des souhaits précis : agro-alimentaire, chimique et para chimique (FAPAGAU, SOPROCOS), artisanat, aviation.

#### *Remarques et suggestions*

Les actifs souhaiteraient que les entreprises puissent multiplier les visites le samedi lorsqu'ils sont en congés et le mercredi pour les enfants et les adolescents.

Tous ont apprécié que les chefs d'entreprises ouvrent les portes de leurs entreprises et montrent leurs savoir-faire, leur professionnalisme ainsi que les conditions de travail.

# Le projet collectif de tourisme de découverte économique dans le Saint-Quentinois

## ➤ Le concept

Il s'agit de développer, d'organiser et de structurer le tourisme de découverte économique sur le Saint-Quentinois. Il s'agit également de proposer une offre de loisirs décalée par rapport aux prestations classiques et de développer ainsi l'image du territoire. Ce projet permet de créer un réseau en resserrant les liens entre les entreprises participantes, une dynamique et de privilégier ainsi les partages d'expérience et les synergies.

Compte tenu de la fréquentation des visites en 2005 et du retour positif des questionnaires de satisfaction clients, ce développement nécessite la professionnalisation et la qualification des visites d'entreprises.

## ➤ Les clientèles visées

	<b>Segment</b>	<b>Attentes</b>	<b>freins</b>
<b>Clientèle locale</b>	Retraités	<ul style="list-style-type: none"> <li>- découverte des savoir-faire locaux</li> <li>- sites sécurisés</li> <li>- accompagnement</li> <li>- diversité, renouvellement de l'offre</li> <li>- accueil de qualité et personnalisé</li> <li>- convivialité et partage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- accessibilité des sites et distance</li> <li>- discours peu vulgarisé</li> </ul>
	Actifs et sans profession	<ul style="list-style-type: none"> <li>- découverte des savoir-faire locaux</li> <li>- sites sécurisés</li> <li>- diversité, renouvellement de l'offre</li> <li>- accueil de qualité et personnalisé</li> <li>- enrichissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- disponibilité durant les dates des visites</li> <li>- discours peu vulgarisé</li> </ul>
	scolaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- découverte des savoir-faire locaux</li> <li>- sites sécurisés</li> <li>- accompagnement</li> <li>- apprentissage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- discours peu vulgarisé</li> <li>- certains sites ne sont pas accessibles aux moins de 18 ans</li> </ul>

➤ **Les actions**

<b>Matériel d'écoute</b>	
<b>Objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- améliorer le confort d'écoute sur des sites bruyant comme à Le Creuset, notamment</li> <li>- conserver l'attention des visiteurs tout au long de la visite, maintenir le regroupement et pouvoir rappeler régulièrement les consignes de sécurité, afin de réduire le risque d'accidents</li> </ul>
<b>Descriptif</b>	<p>Achat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 50 récepteurs de poches et 50 casques stéréo et oreillettes en plastique lavable (hygiène) → possibilité d'accueillir 2 groupes de 25 personnes (nombre de personnes moyen pour les visites d'entreprises)</li> <li>- 2 émetteurs de poche et leurs batteries et 2 micro serre-tête → 1 émetteur et 1 micro par guide conférencier</li> <li>- 2 valises de transport</li> <li>- 1 valise de recharge des récepteurs</li> </ul>
<b>coût</b>	22 796.74 € TTC

<b>Charte de qualité</b>	
<b>Objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- donner au projet un outil fiable, lui permettant de s'appuyer sur un tissu d'acteurs locaux dans une démarche cohérente et globale</li> <li>- professionnaliser les acteurs afin d'améliorer les prestations de chacun et de qualifier les visites</li> <li>- garantir aux visiteurs un accueil chaleureux et dans les meilleures conditions</li> <li>- fournir une prestation de qualité</li> </ul>
<b>Descriptif</b>	<p>Cette charte de qualité constitue un cahier des charges rigoureux. La constitution d'une charte assurera aux visiteurs un élément de reconnaissance lui garantissant un certain niveau de prestation. Elle définira des règles communes et reconnues par tous les partenaires, dont les objectifs principaux sont :</p> <p>Un accueil de qualité (signalétique et documentation à la fois claires et lisibles)</p> <p>Un contenu de visites « passionnant » présentant un véritable intérêt et permettant au visiteur d'acquérir une connaissance approfondie du domaine concerné : présentation d'un savoir-faire de façon vivante et attractive...</p> <p>La démarche : définir le niveau de qualité souhaitable pour la réussite du projet, établir l'ensemble des critères de référence, mettre en place les outils et moyens d'évaluation.</p> <p>La charte pourra aussi permettre des actions d'accompagnement auprès des sites.</p>
<b>coût</b>	<p>Conception et création d'un guide : 2 990.00 € TTC</p> <p>Conception et création de 2 questionnaires : 2 392.00 € TTC</p>

<b>Guide de visites</b>	
<b>Objectif</b>	- promouvoir le territoire - faire connaître les visites et les entreprises
<b>Descriptif</b>	Une fiche technique par entreprise (une présentation de 3 ou 4 lignes et une photo), les dates et horaires des visites, les informations pratiques
<b>coût</b>	4 425.20 € TTC

<b>Document de présentation par entreprise</b>	
<b>Objectif</b>	- présenter chaque entreprise et production - harmoniser les supports de communication - permettre aux visiteurs de conserver un support
<b>Descriptif</b>	La présentation de l'entreprise et de sa production, quelques données essentielles, la reprise de la logique de parcours de visite
<b>coût</b>	Base 25 entreprises (3 000 flyers) Flyer 1 volet : 4 640,48 € TTC Flyer 2 volets : 4 903.60 € TTC Flyer 3 volets : 5 262.40 € TTC

<b>Une rubrique spécifique sur le site Internet www.tourisme-saintquentinois.fr</b>	
<b>Objectif</b>	- toucher d'autres clientèles - promouvoir le territoire - proposer une offre décalée
<b>Descriptif</b>	Une fiche technique par entreprise (une présentation de 3 ou 4 lignes et une photo), les dates et horaires des visites, les informations pratiques – sous forme de base de données français, anglais et allemand.
<b>coût</b>	2 750.80 € TTC

<b>Signalétique et scénographie</b>	
<b>Objectif</b>	- matérialiser le parcours de visite - harmoniser les supports - vulgariser l'entreprise et sa production
<b>Descriptif</b>	1 panneau d'accueil principal présentant l'entreprise 1 panneau à chaque « étape » de production
<b>coût</b>	Fabrication d'un Kit label «le Saint-Quentinois : Terre de savoir-faire » (la pièce sur une base de 25) : 3 588.00 € TTC

<b>Campagne radio</b>	
<b>Objectif</b>	- toucher la clientèle locale - promouvoir les visites d'entreprises
<b>Descriptif</b>	La radio la plus adaptée à notre cible de clientèle (Saint-Quentinois et retraités) est RFM (90FM). La diffusion se fait sur Saint-Quentin et 40km autour. 7 à 8 spots de 30 s. par jour du mardi au samedi de 7h à 9h et de 17h à 20h 1 semaine début mars, 1 semaine en mars / avril, 1 semaine avril / mai, 1 semaine mi-septembre
<b>coût</b>	Pour 150 spots (création et frais de mise en onde inclus) : 2 530 € TTC

Autres actions pouvant être mises en place : relations presse, impression de tee-shirts et goodies, constitution d'une vitrine.