

GUIDE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

Ouvrir son entreprise au grand public



Un guide complet qui vous prépare à ouvrir votre atelier de fabrication au grand public, dans le cadre du développement d'une offre de tourisme de savoir-faire.



La Région Grand Est s'engage à développer le tourisme de savoir-faire

ACCOMPAGNEMENT ART GE

Étudier la faisabilité de votre projet de visite d'entreprise

L'Agence Régionale du Tourisme Grand Est vous accompagne à structurer votre projet en vous proposant un accompagnement personnalisé par le cabinet d'expert Savoir d'Ici :

- 1 questionnaire sur votre projet à remplir
- 1 visio pour compléter les informations
- 1 visite dans vos ateliers
- 1 rapport détaillé sur la faisabilité de votre projet

ACCOMPAGNEMENT RÉGION GRAND EST

Développement de votre visite d'entreprise

Appel à projets tourisme de savoir-faire
La Région Grand Est accompagne financièrement le développement de nouvelles offres de visite d'entreprise en Région Grand Est, emblématiques de ses richesses et destinations.

Entreprises éligibles :

- Entreprises n'accueillant pas encore de public de manière régulière.
- Ouvert à tout secteur d'activité avec une attention particulière aux secteurs suivants : agroalimentaire, secteurs viticole, brassicole, spiritueux, arts de la table, arts verriers, industrie, bois, mode et textile, imprimerie.

Site verrier de Meisenthal - ©Guy Rebmeister/CIAV





Manufacture des Émaux de Longwy - ©ART GE Pierre Defontaine

Le tourisme de savoir-faire en France

Depuis une vingtaine d'années, le tourisme de savoir-faire se développe en France. Aujourd'hui, nous pouvons comptabiliser plus de 3500 entreprises ouvrant leurs portes au grand public, dont 94 % sont des TPE / PME et 6% des ETI / GE.

DÉFINITION :

Le tourisme de savoir-faire est une forme de tourisme axée sur la découverte des processus de production, des métiers artisanaux et des savoir-faire spécifiques à une région.



La Région Grand-Est est la **3ème région la plus attractive**

Provence-Alpes-Côte d'Azur est classée en n°1 avec 3 800 000 visiteurs, Nouvelle-Aquitaine est classée en n°2 avec 3 700 000 visiteurs



30%

d'augmentation du panier moyen post visite (vs sans visite)



2,8 millions

de visiteurs ont été accueillis en 2022 dans la Région

9,70 €

est le tarif moyen d'une visite d'entreprise

80%

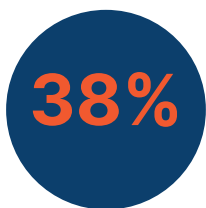
des entreprises possèdent une boutique

51%

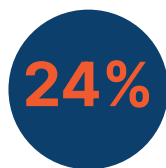
des visiteurs sont des familles

80%

des visiteurs sont des touristes étrangers



Vins, bières et spiritueux



Agroalimentaire



Artisanat et métiers d'art



Industrie, énergie et environnement



Mode et cosmétique



Cristallerie de Saint Louis - ©Oliver Raatz

Étape 1

Identifier vos objectifs

Avant d'entreprendre votre visite d'entreprise, il est essentiel d'identifier vos objectifs stratégiques pour ce projet :

OBJECTIFS DE VENTE

- Développer votre chiffre d'affaires en proposant une nouvelle offre
- Fidéliser votre clientèle grâce à une expérience unique

OBJECTIFS DE NOTORIÉTÉ

- Se faire connaître dans la région
- Booster sa notoriété nationale et internationale

OBJECTIFS DE RECRUTEMENT

- Valoriser vos métiers pour générer de nouvelles vocations
- Recruter de nouveaux talents

Notre visite d'entreprise est un outil pour faire rayonner la marque la Cristallerie de Saint-Louis. Nous organisons également beaucoup de visites scolaires, nous souhaitons valoriser le métier de verrier et créer de nouvelles vocations auprès des jeunes.

Fanny Pinguet, Responsable de médiation culturelle chez la Cristallerie de Saint-Louis

Nos objectifs avec la visite d'usine sont d'apporter de la transparence à nos consommateurs, de mettre en avant notre savoir-faire régional et participer au dynamisme touristique de la région. Notre visite d'entreprise est la carte de visite de Boehli.

Aline Coda, Responsable de la Fabrique à Bretzels - Boehli

©La fabrique à Bretzel



Étape 2

Trouver le format économique de votre projet

Pour élaborer le modèle économique de votre visite d'entreprise, il est essentiel de définir le format d'offre que vous souhaitez présenter à vos visiteurs :

- **Type de visite :**
 - visite événementielle (ouverture ponctuelle), visite scolaire (ouverture aux établissements scolaires) ou visite touristique
- **Mode d'expérience :**
 - Visite guidée : accompagnés d'un guide, vos visiteurs apprennent du contenu exclusif sur votre entreprise
 - Visite libre : vos visiteurs ont un accès autonome à vos ateliers de fabrication, avec ou sans audio-guide.
- **Type d'offre :**
 - Payante : en moyenne, une visite d'entreprise en France coûte 9,00 € *
 - Gratuite : une visite d'entreprise gratuite possède généralement un produit d'appel en boutique accessible au plus grand nombre (moins de 10,00 €)
- **Complément d'offre :**
 - Musée d'entreprise : donner la possibilité à vos visiteurs d'en savoir plus sur l'histoire de votre marque ou de votre secteur d'activité
 - Atelier de personnalisation : proposer à vos visiteurs de personnaliser ou de déguster vos produits (principalement dans le secteur de l'agro-alimentaire, brassicole et viticole).
 - Exposition : proposer des expositions temporaires pour inciter les visiteurs à revenir

*Source : Observatoire 2023 Entreprise & Découverte



Maison de la Choucroute - Le Pic

- Offre touristique
- Visite guidée
- Visite payante
- (7 € adulte / 5 € enfant)
- Atelier dégustation

©Maison de la Choucroute - Le Pic



Maison Bianchi

- Offre touristique
- Visite guidée
- Visite payante
20 € par personne
- Musée d'entreprise

©Séverine Kichenbrand

Confiserie des Hautes-Vosges

- Offre touristique
- Visite guidée
- Visite gratuite
- Atelier dégustation



©Thomas Devard/Massif des Vosges

Cristallerie de Saint-Louis

- Offre touristique
- Visite guidée
- Visite payante
(20 € adulte / 12 € réduit)
- Musée "La Grande Place"



©Oliver Raatz

Étape 3

Identifier votre parcours de visite

Afin d'identifier votre **parcours de visite**, voici quelques conseils :

1. Prendre en considération l'arrivée et la sortie des visiteurs, leur accueil et l'accès à votre boutique
2. Définir les espaces de danger et / ou espace de "secret industriel" pour les exclure de votre parcours
3. Identifier des espaces de démonstration pouvant accueillir un groupe de visiteurs
4. Suivre votre processus de fabrication pour apporter une cohérence à votre parcours

Une fois votre parcours de visite déterminé, vous devez identifier **le discours à transmettre** à vos visiteurs :

1. Identifier les points d'arrêt pour chaque information donnée aux visiteurs
2. Identifier un message essentiel à transmettre à chaque point d'arrêt.

Maximum
1h30 de visite

Intégrer **des témoignages** de
collaborateurs

Tester votre discours
avant vos premières visites



CIAV Meisenthal ©ART GE - Pierre Defontaine

La sécurité à ne pas négliger !

CONSIGNES DE SÉCURITÉ

Il est primordial de sensibiliser vos visiteurs aux normes de sécurité dans une entreprise. Le guide doit prendre du temps avant chaque visite pour expliquer les consignes de sécurité.

ÉQUIPEMENTS DE SÉCURITÉ

Si votre usine nécessite des équipements de sécurité pour les visiteurs (chaussures de sécurité, bouchons d'oreille, ...), vous devez les fournir à vos visiteurs.

ASSURANCE

Vous devez délimiter le parcours de visite dans vos ateliers. Tous les visiteurs, ayant un accident en dehors de cette zone, sont responsables de leurs actes.

ERP

Vous devez mettre en place les normes d'Établissement recevant du public, si vous proposez des visites libres dans votre usine. Par exemple, dans un musée d'entreprise en libre visite, il est nécessaire de mettre aux normes cet espace d'accueil. Nous vous conseillons de faire appel à un spécialiste du bâtiment pour vous accompagner sur ces sujets.

Étape 5

Pérenniser sa visite d'entreprise



Votre projet de visite d'entreprise est prêt à être mis en place !

Pour assurer la pérennité de votre visite, nous vous suggérons de prendre des mesures anticipées. Voici quelques recommandations :

- **Communication** : mettez en place un plan de communication, en ligne et hors ligne, pour promouvoir votre visite d'entreprise. Voici quelques exemples d'actions :
 - Mettre en place une page dédiée sur votre site internet
 - Promouvoir la visite à travers vos réseaux sociaux
 - Produire des outils de communication dédiés : flyers, brochures, etc.
 - Prévoir la possibilité de réserver la visite en ligne via votre site Internet, permettant de faciliter le processus de réservation et la gestion des flux
- **Événementiel** : programmez des événements spéciaux et ponctuels tout au long de l'année pour susciter l'intérêt de vos visiteurs à revenir. Par exemple, organisez une braderie annuelle ou participez à des événements nationaux tels que les Journées du Patrimoine, les Journées Européennes des Métiers d'Art.
- **Nouveauté** : attirez les visiteurs en mettant en avant régulièrement de nouveaux produits et en encourageant les clients à venir les tester sur place. Vous pouvez également mettre en avant des nouveautés techniques, comme l'arrivée d'une nouvelle machine par exemple.
- **Réseau touristique** : développez votre réseau touristique. Invitez par exemple les Offices du Tourisme et les prestataires touristiques (hôtels, agences, ...) à découvrir votre entreprise, renforçant ainsi votre présence dans ce secteur.

Vous avez des questions sur votre projet de visite d'entreprise ou sur les accompagnements proposés par l'ART GE et la Région Grand Est ? Prenons contact !

CONTACTS



Candice Genton

06 32 21 66 60

candice@savoirdici.fr



Aurore Damilo

03 83 80 77 83

aurore.damilo@art-grandest.fr



Hélène Charlier

03 88 15 38 72

Helene.CHARLIER@grandest.fr

Production : Agence Régionale du Tourisme Grand Est

Rédaction : Savoir d'Ici

Crédits photo de la page de garde : Cristallerie de Saint Louis - ©Oliver Raatz