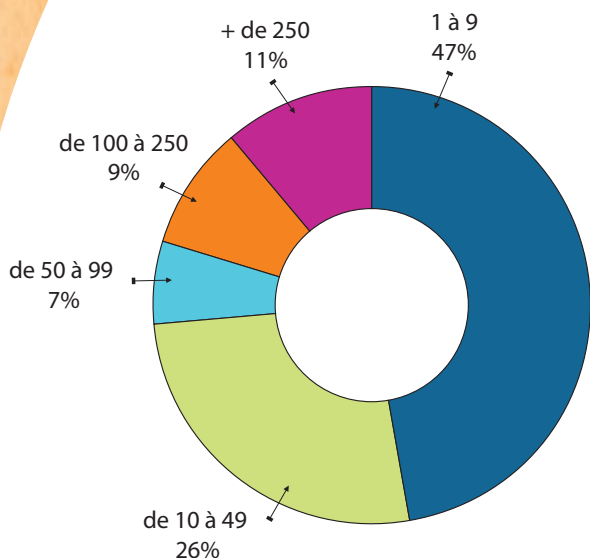


# Tourisme de découverte économique

## Spécial entreprises n°5



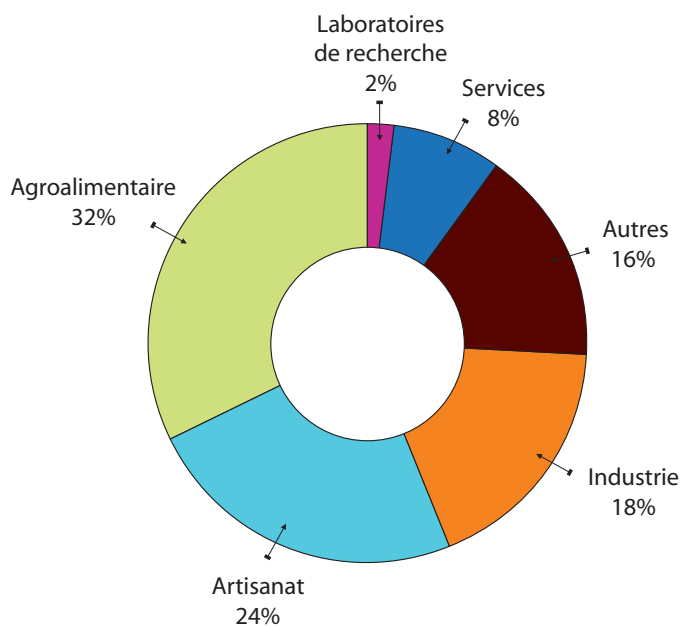
Répartition des entreprises par taille  
(nombre de salariés)

**73% des entreprises répondantes comptent moins de 50 salariés.**

Le Tourisme de Découverte Economique recouvre plusieurs réalités : les visites d'entreprises, le tourisme de patrimoine industriel et le tourisme scientifique. Les enjeux auxquels la filière répond en termes d'aménagement, de développement économique et de création d'emplois ont conduit la

Direction du Tourisme et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie à réaliser conjointement une enquête nationale auprès des entreprises ouvertes au public.

Sur 4126 entreprises sondées au titre de leur l'activité 2004, 1666 entreprises ont répondu. La population des entreprises répondantes se compose ainsi :



Répartition des entreprises répondantes par secteur d'activité

**L'agroalimentaire, l'artisanat, l'industrie sont les secteurs les plus représentés.**



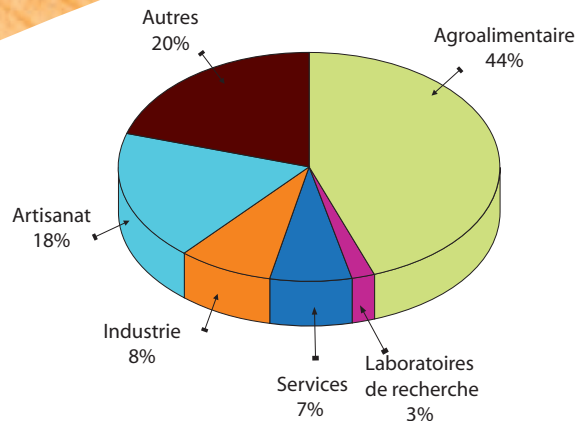
ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES  
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE



# Panorama de la demande

En 2004, 940 entreprises répondantes ont attiré **plus de 7,8 millions de visiteurs** (1296 ont ouvert leurs portes à la visite mais 940 ont indiqué leur nombre de visiteurs).

Les 3 régions qui accueillent le plus de visiteurs : Languedoc-Roussillon (1 034 000 de visiteurs), Rhône Alpes (766 000) et Midi-Pyrénées (686 000) totalisent plus de 32% des visiteurs. Les 5 régions suivantes : Lorraine (587 000), Provence-Alpes-Côte d'Azur (493 000), Champagne-Ardenne (480 000), Pays-de-la-Loire (454 000) et Ile-de-France (429 000) reçoivent également 30% des visiteurs.



Répartition des visiteurs par secteur d'activité

## Typologie des clientèles

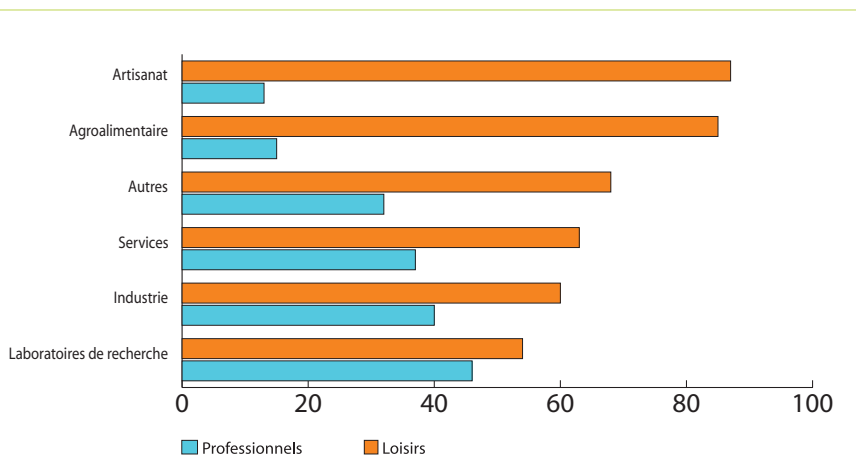
Nationaux	83%
Etrangers	17%
Agrément/loisirs	82%
Professionnels	18%
Groupes dont scolaires	56% 37%
Individuels	44%

L'agroalimentaire (20%), l'artisanat (16%) et les laboratoires de recherche (14%) enregistrent les taux les plus importants de visiteurs étrangers.

Les entreprises se sont adaptées à cette clientèle : 40% proposent des visites en langues étrangères (+3% par rapport à 2002). Les visiteurs étrangers représentant 17% de la clientèle, se composent majoritairement de Britanniques (22%), de Belges (21%), d'Allemands (19%)

et de Néerlandais (15%). Il s'agit donc principalement d'une clientèle européenne venant des pays limitrophes à la France.

La clientèle se compose en majorité de groupes (56%), signe que les visites s'organisent et se structurent, puisque l'accueil des groupes nécessite une organisation particulière et marque l'existence d'une politique de gestion des flux.



Répartition par secteur des clientèles professionnelles et de loisirs (en %)

On note que, parmi les groupes, les scolaires (écoliers, collégiens, lycéens et étudiants) représentent plus d'un tiers des visiteurs. Les entreprises visent ce type de public principalement dans un objectif pédagogique et de recrutement : la visite permet de mettre en lumière un métier et des savoir-faire, spécialement dans les branches qui connaissent une pénurie de main d'œuvre. Le public scolaire cherche à réinvestir les savoirs acquis, à découvrir des débouchés et la vie en entreprise.

## Motivation des visiteurs

**82% des visiteurs ont pour motivation l'agrément et les loisirs (les scolaires et les étudiants sont inclus dans cette catégorie).**

Les motivations sont diverses : connaître les produits et services que l'on consomme, découvrir le patrimoine économique d'une région, se cultiver etc. La clientèle de loisirs est davantage intéressée

par l'artisanat (87%), l'agroalimentaire (85%) et les « autres » (68%).

**18% des visiteurs sont des professionnels** (clients actuels ou potentiels, fournisseurs, salariés, actionnaires...). Ce résultat rappelle l'importance du volet commercial des visites : « Business to Business », échanges de savoir-faire, export....

82%  
18%



# Organisation de l'offre

68 % des entreprises ouvrent leurs portes de manière permanente (**67% d'entre elles ouvrent tous les mois de l'année**) et 32% ouvrent ponctuellement : ces résultats confirment la tendance à la pérennisation des visites. Celles-ci s'ouvrent majoritairement à

l'automne (septembre et octobre) et dans une moindre mesure au printemps.

Les entreprises s'ouvrent majoritairement au cours de la semaine, du lundi au vendredi (avec une mention spéciale pour le jeudi), et dans une moindre

mesure le week-end. **32% des entreprises répondantes ouvrent tous les jours de la semaine.**

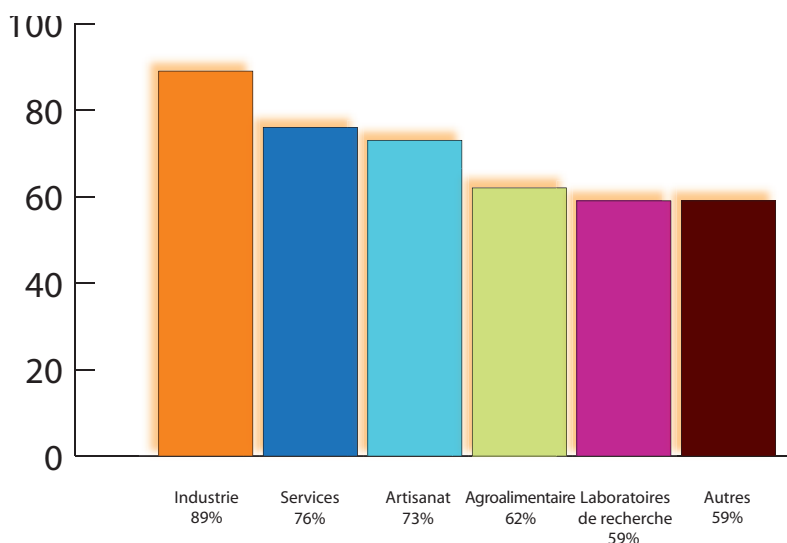


## Professionnalisation des visites

- Les visites guidées (78%) sont largement majoritaires, caractéristiques d'une professionnalisation accrue de la filière (50% des entreprises proposent des visites guidées gratuites et 28% proposent des visites guidées payantes). Elles sont assurées par un membre de l'entreprise dans 92% des cas.
- 40% des entreprises proposent des visites en langues étrangères.
- 99% des entreprises exigent une réservation préalable à la visite.
- 66% des entreprises exploitent des supports à la visite de type vidéo, diaporama, démonstrations, dégustations...

La majorité des visites sont gratuites (69%). Toutefois, si l'on considère la réticence traditionnelle des entreprises à appliquer un droit d'entrée, la part des visites payantes est notable (1/3 des entreprises). La structuration et la

professionnalisation des visites ont un coût qui se répercute sur le choix de la tarification des visites. Le choix de la gratuité ou de la tarification des visites varie selon les secteurs :



Gratuité des visites selon le secteur d'activité en %

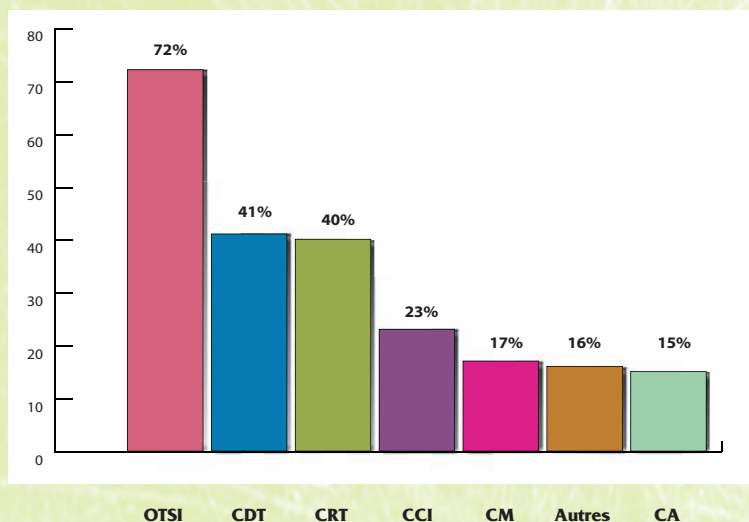
Le choix de la gratuité traduit un objectif de communication de la part de l'entreprise; inversement, le choix de la tarification signifie que la visite est considérée comme un produit commercial.

**Le tarif moyen des visites guidées s'élève à 4.2 €** alors que pour les visites libres, il est de **5.8 €**. Cette différence s'explique par le fait que les entreprises accordent des **tarifs préférentiels aux groupes**.

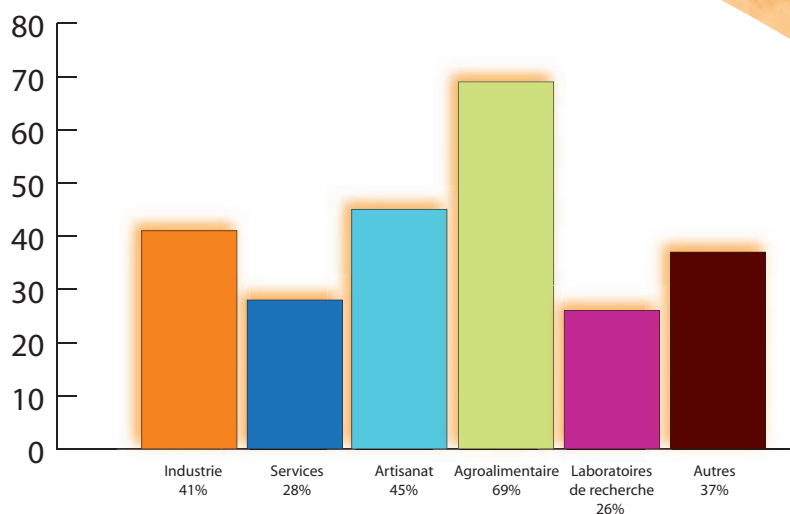
## 74% des entreprises travaillent en partenariat :

Les structures partenaires varient : les Offices de Tourisme (**OT**) assurent essentiellement la promotion et mettent parfois du personnel à la disposition de l'entreprise pour assurer les visites. Les Chambres de Commerce et d'Industrie (**CCI**), les Chambres des Métiers (**CM**) et les Chambres d'Agriculture (**CA**) se chargent davantage d'accompagner les entreprises dans leur démarche d'ouverture au public. Les Comités Départementaux du Tourisme (**CDT**) et les Comités Régionaux du Tourisme (**CRT**) assurent à la fois la promotion et l'accompagnement.

Partenaires cités par les entreprises



# Financement et retombées économiques



Part d'acheteurs par rapport aux visiteurs (en %)

Les ventes concernent majoritairement les produits fabriqués par l'entreprise (83%), d'autres produits (10%) tels que : articles publicitaires, produits régionaux, objets souvenirs...

**La dépense moyenne d'un visiteur s'élève à 33.8 € et atteint 53 € dans l'artisanat.** La tarification des visites ne constitue pas un frein à l'achat puisque le taux d'acheteurs à la suite d'une visite payante est de 54%.

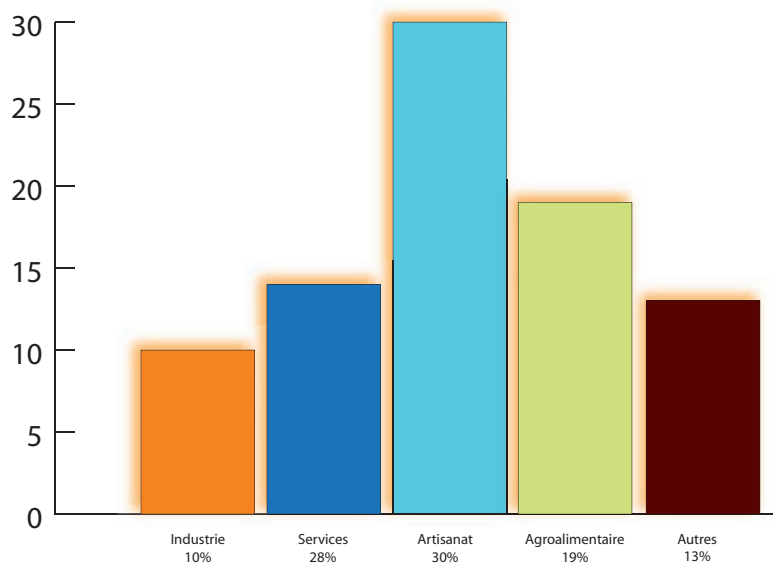
**En moyenne, les ventes consécutives aux visites représentent 23% du chiffre d'affaires des entreprises.** Ce résultat est à relativiser car seulement 2% des entreprises ont précisé la part de leurs ventes par rapport à leur chiffre d'affaires. Dans les entreprises industrielles ou de services, la part des ventes est moindre car leurs objectifs relèvent davantage de la communication, contrairement aux entreprises agroalimentaires et artisanales qui s'ouvrent généralement dans le but de vendre leur production.



**12% des entreprises déclarent consacrer un budget spécifique au visite.** Le budget moyen de fonctionnement est de 28 135 € et le budget moyen de promotion est de 12 187 €. Ce budget varie selon le type de visites mises en place et les frais engagés : salaire du personnel, organisation d'un circuit de visite, de supports etc... Néanmoins, ces résultats cachent des disparités importantes dans les moyens consacrés à la visite d'entreprise.

En moyenne, **32% du budget est dévolu à la promotion et 68% au fonctionnement.**

**65% des entreprises disposent d'un lieu de vente à l'issue de la visite.** L'enjeu commercial que représentent les visites est ici largement confirmé. En moyenne, 54% des visiteurs effectuent un achat suite à la visite, tous secteurs confondus, avec un maximum de 69% dans l'agroalimentaire et un minimum de 26% dans les laboratoires de recherche.



Part des ventes dans le chiffre d'affaires global de l'entreprise (en %)

# Sondage: image des entreprises et des journées nationales portes ouvertes (JNPO)

Le Département Opinion-Institutionnel de CSA a conduit pour l'ACFCI un sondage sur l'image des entreprises et les Journées Portes Ouvertes en Entreprises auprès des Français (JNPO).

Cette étude a été réalisée par téléphone au domicile des personnes interrogées le 28 septembre 2005, auprès d'un échantillon national représentatif de 1003 personnes âgées de 18 ans et

plus, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage), après stratification par région et taille d'agglomération.

**Les entreprises ont très bonne presse auprès des Français et plus encore l'entreprise dans laquelle ils travaillent.**

Les Français ont une vraie curiosité à l'égard de l'univers des entreprises et en particulier à l'égard des secteurs qui

ne sont pas les leurs, comme les secteurs de recherche, d'innovation et de l'artisanat.

**Les Journées Nationales Portes Ouvertes des entreprises leur apparaissent comme une initiative pouvant répondre à leur curiosité (événement national organisé par l'ACFCI et le réseau consulaire).**

# 74%

74% des Français déclarent avoir une bonne opinion des entreprises.

## Vous aimeriez plutôt visiter ... ?

- Une entreprise ayant entre 20 et 200 salariés . . . . . 34%
- Une entreprise de moins de 20 salariés . . . . . 33%
- Une entreprise de plus de 200 salariés . . . . . 28%
- Ne se prononcent pas . . . . . 5%

## Selon vous, à qui devraient s'adresser en priorité ces Journées Portes Ouvertes en entreprises (JNPO)?

- Aux chômeurs . . . . . 46%
- Aux étudiants . . . . . 44%
- Aux lycéens . . . . . 26%
- Aux collégiens . . . . . 14%
- Aux salariés des entreprises privés . . . . . 12%
- Aux salariés des entreprises publiques . . . . . 12%
- Aux fournisseurs ou aux clients des entreprises . . . . . 9%
- Aux enseignants . . . . . 6%
- Aux fonctionnaires de l'État et des Collectivités Territoriales . . . . . 6%
- Aux retraités . . . . . 2%
- A personne en particulier . . . . . 3%
- Ne se prononcent pas . . . . . 2%

## Pour quelles raisons principales auriez-vous envie de visiter des entreprises ?

- Pour comprendre comment travaillent des salariés dans des secteurs très différents de ceux que vous connaissez . . . . . 56%
- Pour découvrir des savoir-faire . . . . . 54%
- Pour découvrir des entreprises innovantes . . . . . 34%
- Pour partager vos expériences avec d'autres salariés . . . . . 17%
- Pour visiter les locaux . . . . . 14%
- Pour vous aider à vous orienter professionnellement . . . . . 13%
- Pour acheter des produits . . . . . 11%
- Pour déposer votre candidature . . . . . 10%
- Pour nouer des relations commerciales ou techniques . . . . . 8%
- Aucune de ces raisons . . . . . 3%
- Ne se prononcent pas . . . . . 1%

Sondage complet :  
[www.decouverte-economique.com](http://www.decouverte-economique.com)  
(rubrique : outils de professionnalisation/études)



# 1<sup>er</sup> Colloque Européen



Vous organisez déjà des visites au sein de votre entreprise ou vous souhaitez en mettre en place ?

**Des exemples remarquables et innovants d'entreprises européennes ouvertes à la visite. Des outils pour mettre en place ou professionnaliser la visite de votre entreprise seront présentés à**

**Angers - les 7, 8 et 9 Mars 2006**

Rendez-vous sur : [www.visite-entreprise-colloque.com](http://www.visite-entreprise-colloque.com)

CCI d'Angers

Sylvain DOURNEAU

✉ : [sylvain.dourneau@angers.cci.fr](mailto:sylvain.dourneau@angers.cci.fr)

☎ : 02 41 20 54 65

## Les Journées Nationales Portes Ouvertes



### Les Journées Nationales Portes Ouvertes des Entreprises en octobre 2006

Les quatrièmes Journées Nationales Portes Ouvertes des Entreprises se dérouleront en octobre 2006 à travers toute la France (dates sur [www.decouverte-economique.com](http://www.decouverte-economique.com)). Initiées par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI), elles sont une occasion exceptionnelle pour le **grand public** de découvrir des savoir-faire, des hommes et des

femmes, dans l'univers de l'entreprise. Les **Chambres de Commerce et d'Industrie**, impliquées au plus haut niveau dans le tissu économique local, organisent cette opération avec **les entreprises et les partenaires** de leur territoire.

ACFCI - Laëtitia MOREL

✉ : [l.morel@acfc.cci.fr](mailto:l.morel@acfc.cci.fr)

☎ : 01 40 69 39 02

[www.decouverte-economique.com](http://www.decouverte-economique.com)

"Destination Entreprises"

### Site Internet National dédié à la filière de la Découverte Economique



ACFCI

Laëtitia MOREL

✉ : [l.morel@acfc.cci.fr](mailto:l.morel@acfc.cci.fr)

☎ : 01 40 69 39 02

Mathilde COSTE

✉ : [m.coste@acfc.cci.fr](mailto:m.coste@acfc.cci.fr)

☎ : 01 40 69 38 84



"Destination Entreprises" est un label de qualité, propre à la filière de la Découverte Economique, qui a pour but de valoriser la qualité des visites des entreprises.

ACFCI Laëtitia MOREL

✉ : [l.morel@acfc.cci.fr](mailto:l.morel@acfc.cci.fr)

☎ : 01 40 69 39 02

## Contacts

### Direction du Tourisme

Noël LE SCOUARNEC

☎ : 01 70 39 95 01 - ✉ : [noel.lescouarnec@tourisme.gouv.fr](mailto:noel.lescouarnec@tourisme.gouv.fr)

Marie-Odile DÉVÉ

☎ : 01 70 39 94 98 - ✉ : [marie-odile.deve@tourisme.gouv.fr](mailto:marie-odile.deve@tourisme.gouv.fr)

### ACFCI

Pierre PREUILH

☎ : 01 40 69 38 86 - ✉ : [p.preuilh@acfc.cci.fr](mailto:p.preuilh@acfc.cci.fr)

Laëtitia MOREL

☎ : 01 40 69 39 02 - ✉ : [l.morel@acfc.cci.fr](mailto:l.morel@acfc.cci.fr)