

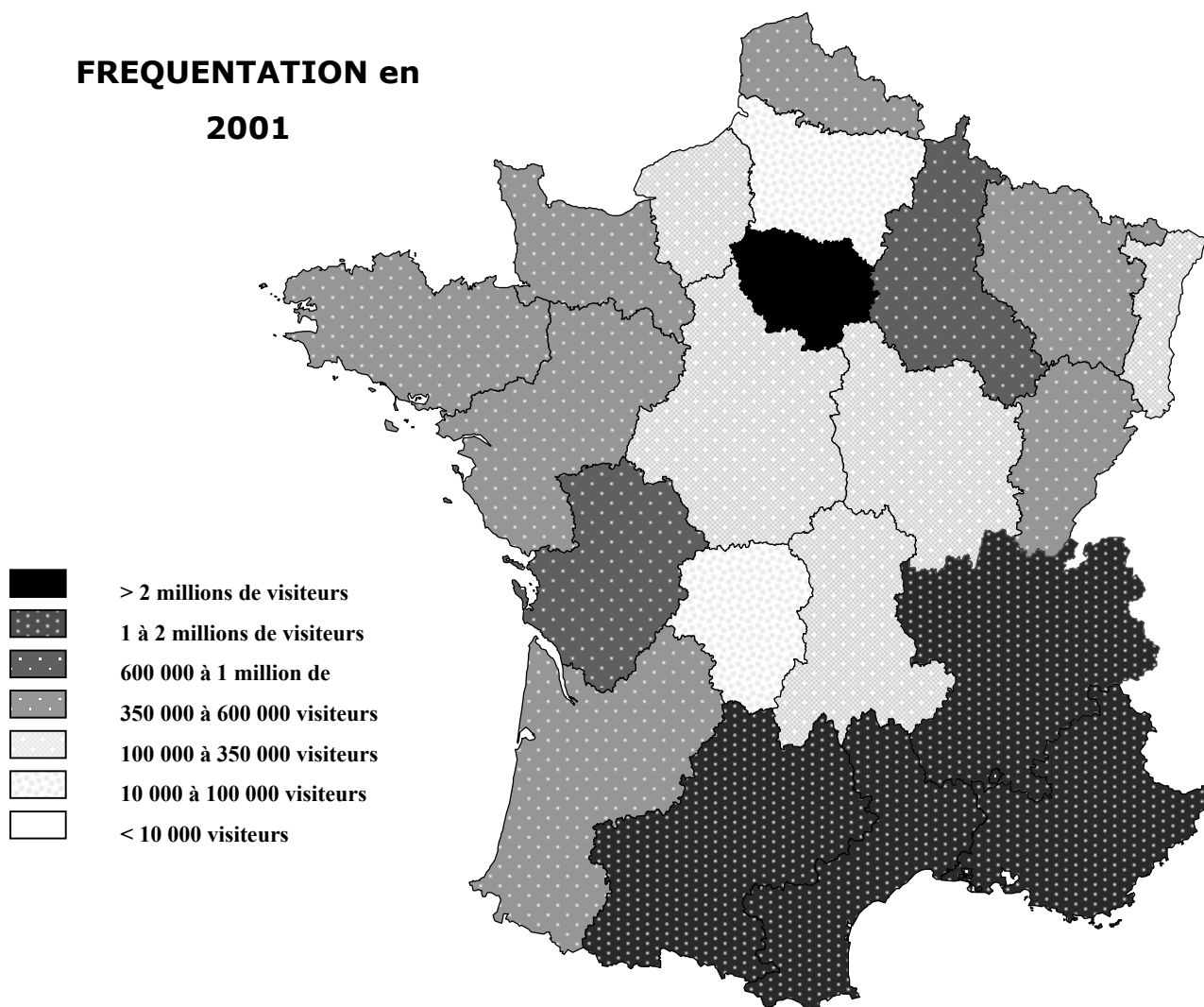
II. ETAT DE LA DEMANDE EN 2001

En 2001, les entreprises, musées patrimoine et sites industriels ont attiré plus de **14,7 millions de visiteurs**. Lors de l'enquête précédente, les 968 entreprises répondantes avaient accueilli en 2000, 13,6 millions de visiteurs.

1. Analyse régionale

■ La région Ile de France compte à elle seule 20% des visiteurs. Les 5 premières régions totalisent 55% des visiteurs : Ile de France (2,9 millions), Provence Alpes Côte d'Azur (1,5 millions), Languedoc Roussillon (1,4 millions), Rhône Alpes (1,2 millions) et Midi Pyrénées (1,1 millions).

FREQUENTATION en 2001



1141 entreprises répondantes



■ 6 Régions ont une part de visiteurs comprise entre 3% et 7% : Poitou-Charentes (6,1%), Champagne Ardenne (4.5%), Franche Comté (4%), Nord Pas de Calais (4%), Basse Normandie (3.6%) et Bretagne (3.1%).

■ Les 13 Régions restantes présentent un taux de visiteurs compris entre 0% et 2%.

La diminution de fréquentation consécutive à l'application du plan Vigipirate renforcé est difficilement quantifiable. Les sites EDF ont cessé les visites suite aux attentats du 11 septembre soit une perte de visiteurs durant 3 mois et demi. Cette diminution sera plus sensible en 2002 puisque ces sites ne sont toujours pas rouverts.

Les régions qui comptent le plus d'entreprises ouvertes au public ne sont pas celles qui accueillent le plus de visiteurs (voir cartes p 8 et p 9). Ainsi, la Basse Normandie est la première région en nombre d'entreprises mais se situe en 10^{ème} position en nombre de visiteurs. L'opération « Visites du Jeudi » organisée par le CLIC¹ Basse Normandie peut expliquer ce différentiel car les entreprises sont nombreuses mais n'ouvrent qu'un jour par semaine et accueillent donc peu de visiteurs par rapport au nombre d'entreprises. Cet exemple amène à considérer le nombre de visiteurs moyen par région :

¹ Comité de Liaison Interconsulaire de Basse Normandie

| Région | Nombre d'entreprises | Nombre de visiteurs | Nombre moyen de visiteurs par région |
|----------------------------|----------------------|---------------------|--------------------------------------|
| Ile de France | 77 | 2 911 013 | 37805 |
| Provence Alpes Côte d'Azur | 51 | 1 500 725 | 29426 |
| Poitou-Charentes | 44 | 902 339 | 20508 |
| La Réunion | 14 | 250 291 | 17878 |
| Aquitaine | 22 | 373 842 | 16993 |
| Franche Comté | 37 | 598 564 | 16177 |
| Alsace | 14 | 222 547 | 15896 |
| Languedoc Roussillon | 96 | 1 432 036 | 14917 |
| Pays de la Loire | 29 | 378 397 | 13048 |
| Lorraine | 33 | 376 962 | 11423 |
| Midi Pyrénées | 97 | 1 097 303 | 11312 |
| Rhône Alpes | 122 | 1 207 164 | 9895 |
| Haute Normandie | 36 | 259 434 | 7207 |
| Auvergne | 31 | 214 119 | 6907 |
| Nord Pas de Calais | 90 | 580 536 | 6450 |
| Champagne Ardenne | 112 | 673 208 | 6011 |
| Bretagne | 94 | 464 153 | 4938 |
| Centre | 67 | 327 471 | 4888 |
| Bourgogne | 62 | 302 920 | 4886 |
| Basse Normandie | 129 | 537 321 | 4165 |
| Limousin | 50 | 69 323 | 1386 |
| Picardie | 44 | 57 121 | 1298 |
| Nouvelle Calédonie | 7 | 2 930 | 419 |
| Corse | 2 | 600 | 300 |

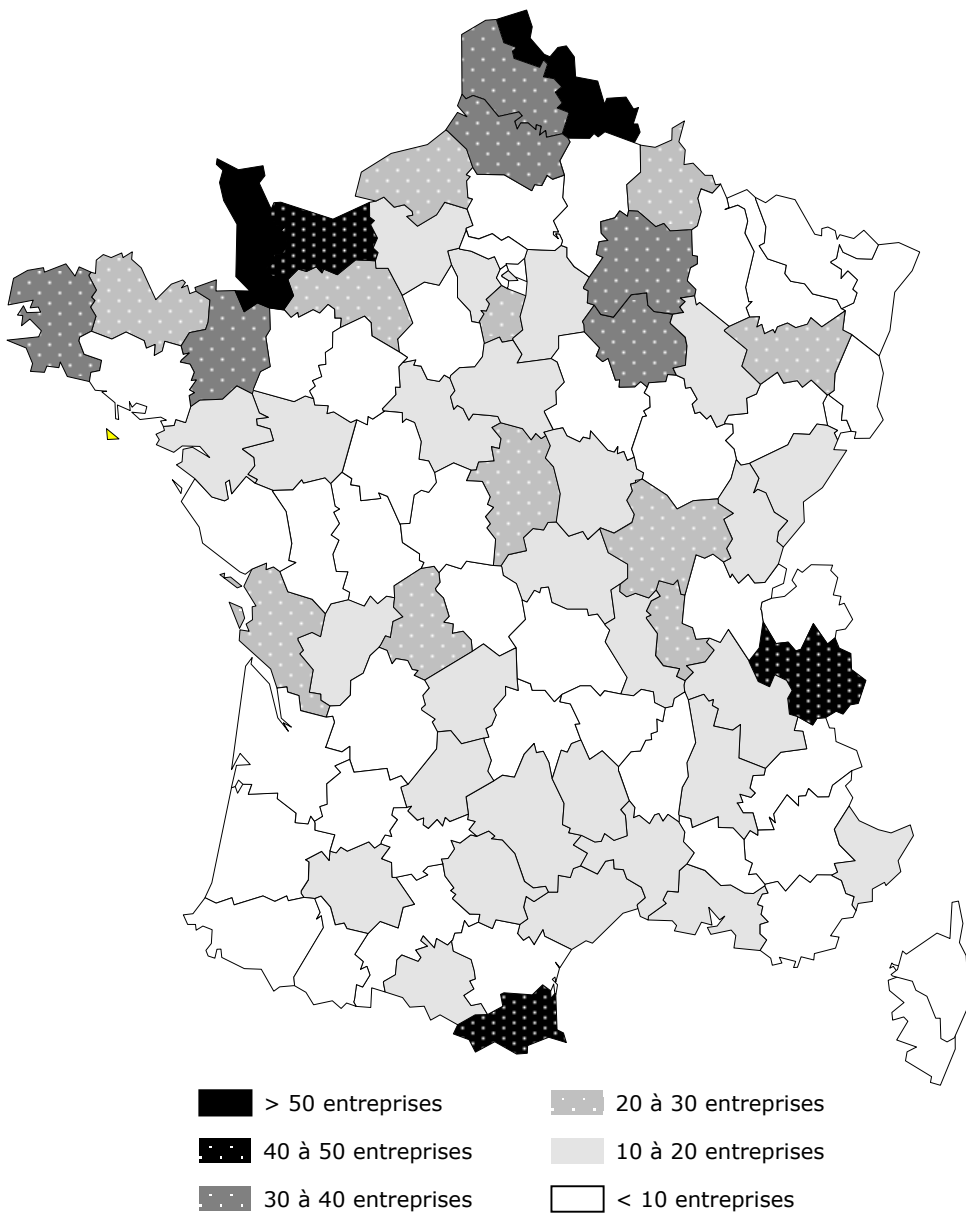
Ainsi, lorsque l'on s'intéresse au nombre de visiteurs moyen par région, les résultats obtenus quant au classement sont légèrement modifiés.

Les 2 premières régions sont toujours l'Ile de France et la région Provence Alpes Côte d'Azur. Mais viennent ensuite les régions Poitou-Charentes, La Réunion et l'Aquitaine (classée respectivement en 7, 19 et 15^{ème} position en terme de nombre de visiteurs).

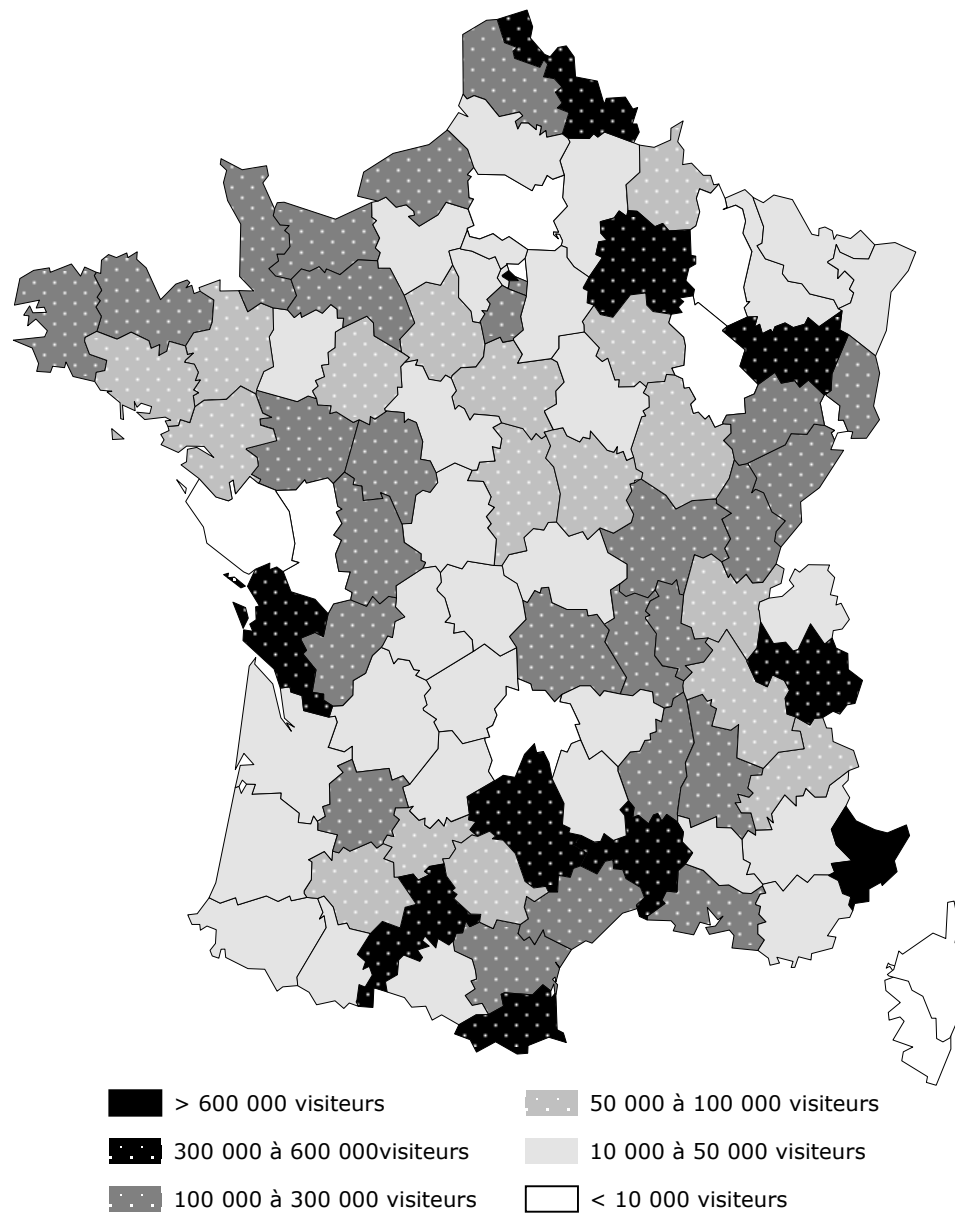
203 Entreprises n'ont pas connaissance du nombre de visiteurs qu'elles accueillent soit 15% de la population enquêtée. Cette méconnaissance peut être attribuée à la difficulté de mise en place d'une structure d'évaluation ou à de la négligence. Cette carence illustre un manque d'organisation et de vision prospective : le nombre de visiteurs est une donnée de base pour la structuration des visites et l'amélioration du produit.

2. Analyse départementale

Répartition géographique des entreprises répondantes



Fréquentation en 2001



Une analyse plus fine, à l'échelle départementale, permet de circonscrire davantage les territoires actifs en matière de TDE. De plus, l'effet biaisant dû au nombre variable de départements par région est gommé : par exemple, la région Rhône Alpes cumule les visiteurs de 8 départements, contre seulement 2 en Nord Pas de Calais.


Il apparaît que le TDE se concentre sur certains départements et non sur des régions entières.


Ainsi, émergent des départements particulièrement réceptifs :


| | | |
|------------------------|---------------------|------------------------------|
| 1. Paris | 2 531 551 visiteurs | (Ile de France) |
| 2. Alpes Maritimes | 1 138 527 visiteurs | (Provence Alpes Côte d'Azur) |
| 3. Gard | 566 175 visiteurs | (Languedoc Roussillon) |
| 4. Pyrénées Orientales | 540 705 visiteurs | (Languedoc Roussillon) |
| 5. Charente Maritime | 38 283 visiteurs | (Poitou Charentes). |

Les régions Rhône Alpes et Midi Pyrénées (qui comportent chacune 8 départements) n'apparaissent plus dans ce classement.

Cette concentration peut s'expliquer par plusieurs éléments :

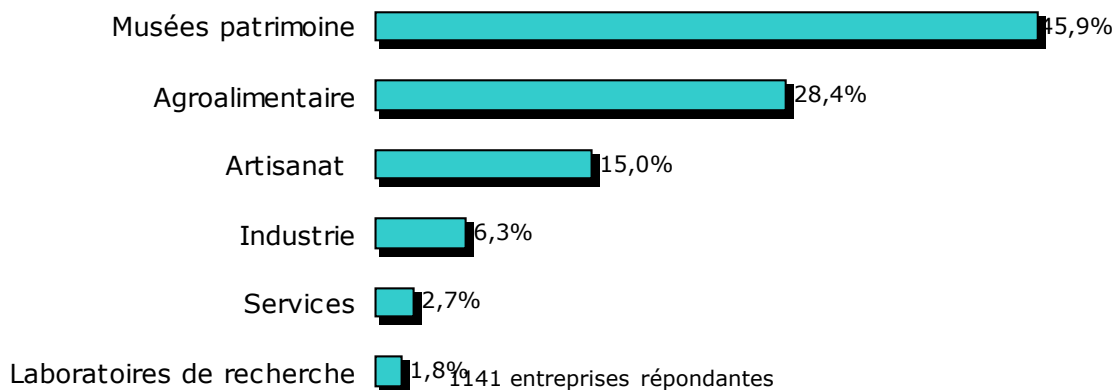
 *présence de très grandes entreprises* ou de musées patrimoine importants (exemple : la Cité des Sciences et de l'industrie à Paris).

 *action et investissement des acteurs variables selon les départements* : l'Orne ou la Nièvre misent particulièrement sur cette forme de tourisme et y consacrent les moyens nécessaires à son développement.

 *ancrage dans un territoire* : le TDE est une forme de tourisme fortement liée au territoire, aux savoir-faire qui s'y trouvent, aux hommes. La maison de Champagne PIPER HEIDSIECK (Marne), l'entreprise Laguiole (Aveyron) ou le Centre Historique Minier de Lewarde (Nord) sont significatifs de cette appartenance au territoire.

3. Analyse sectorielle

Répartition des visiteurs par secteur



Les 3 secteurs les plus plébiscités par le public sont les musées patrimoine (6,7 millions de visiteurs), l'agroalimentaire (4,2 millions) et l'artisanat (2,2 millions). Il convient de noter que ces 3 secteurs ne correspondent pas avec les secteurs les plus représentés dans l'enquête (dans l'ordre : agroalimentaire, industrie, musées patrimoine). Cet écart amène à considérer le nombre de visiteurs moyen par secteur :

| Secteur | Nombre moyen de visiteurs |
|----------------------------------|---------------------------|
| Musées patrimoine | 28151 |
| Agroalimentaire | 9920 |
| Artisanat | 9277 |
| Laboratoires de recherche | 8528 |
| Services | 3322 |
| Industrie | 3020 |

1138 entreprises répondantes

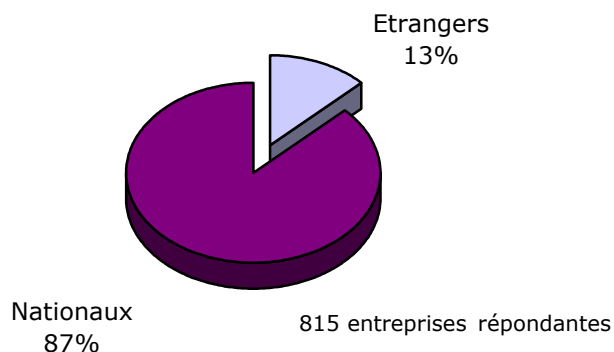
Le nombre moyen de visiteurs des musées patrimoine est à relativiser puisque la Cité des Sciences et de l'Industrie avec 1.7 millions de visiteurs gonfle les résultats.

Toutefois, il est intéressant de constater que les laboratoires de recherche, s'ils sont encore peu ouverts au public, reçoivent un nombre de visiteurs important et intéressent donc particulièrement le public.

4. Typologie des clientèles

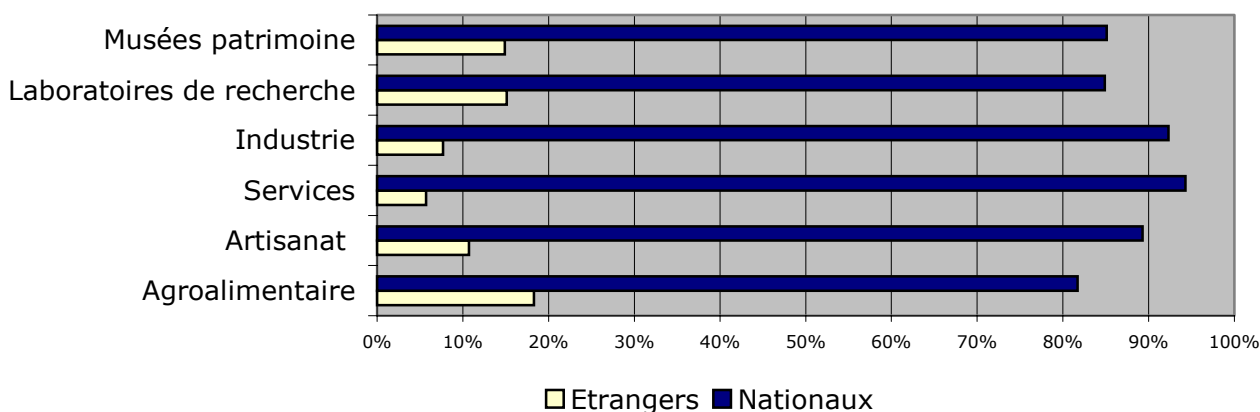
4.1 Nationalité des visiteurs

Nationalité des visiteurs



En moyenne, la clientèle étrangère représente 13% des visiteurs. Ce résultat varie fortement selon les secteurs d'activités :

Taux de visiteurs étrangers et nationaux selon les secteurs d'activité



L'agroalimentaire et les laboratoires de recherche enregistrent les taux les plus importants de visiteurs étrangers. Les entreprises agroalimentaires dont les produits sont typiquement français attirent une forte part de visiteurs étrangers : maisons de champagne, vins, ...

La taille de l'entreprise ne constitue pas un critère de sélection pour les visiteurs étrangers puisqu'ils sont aussi nombreux à se rendre dans les petites entreprises (13,3%) que dans les grandes (12,8%).

| Nombre de salariés de l'entreprise | 1 à 9 | 10 à 49 | 50 à 99 | 100 à 250 | 250 |
|------------------------------------|-------|---------|---------|-----------|-----|
| Etrangers | 13% | 13% | 13% | 10% | 13% |
| Nationaux | 87% | 87% | 87% | 90% | 87% |

780 entreprises répondantes

La notoriété de l'entreprise, de son savoir-faire sont davantage déterminants.

4.2 Composition de la clientèle

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

Il est intéressant de noter que 231 entreprises (soit 17% de la population n'ouvrent leurs portes qu'aux

Parmi les groupes, le public scolaire (écoliers, collégiens, lycéens et étudiants) représente 33% de la clientèle. Les entreprises visent ce type de public principalement dans un objectif 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.

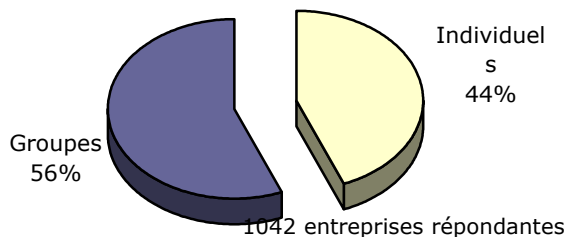
4.3 Motivation des visiteurs

80% de la clientèle est une clientèle d'agrément, de loisirs. Les motivations sont diverses : connaître les produits et services que l'on consomme, découvrir le patrimoine économique d'une région, se cultiver etc ...

20% de la clientèle est composée de visiteurs professionnels. Ce type de clientèle est constitué d'une part d'un public interne (salariés de l'entreprise) et d'un public externe, d'autre part, directement en affaires avec l'entreprise (fournisseurs, prestataires de services, intermédiaires, clients, actionnaires...).

Ce résultat (20% de visiteurs professionnels) rappelle l'importance du volet commercial des visites : « Business to Business », échange de savoir-faire, export...

Composition de la clientèle



de l'accueil

d'une

enquête)

groupes.

| Secteur | Professionnels | Agrément |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Laboratoire de recherche | 43% | 57% |
| Industrie | 37% | 63% |
| Services | 31% | 69% |
| Agroalimentaire | 12% | 88% |
| Musée patrimoine | 12% | 88% |
| Artisanat | 10% | 90% |

659 entreprises répondantes

■ Les laboratoires de recherche, l'industrie et les services reçoivent, logiquement, le plus de visiteurs professionnels.

La clientèle de loisirs se révèle davantage intéressée par l'agroalimentaire, les musées patrimoine et l'artisanat.
