

La visite d'entreprise

Ouvrir ses portes au public

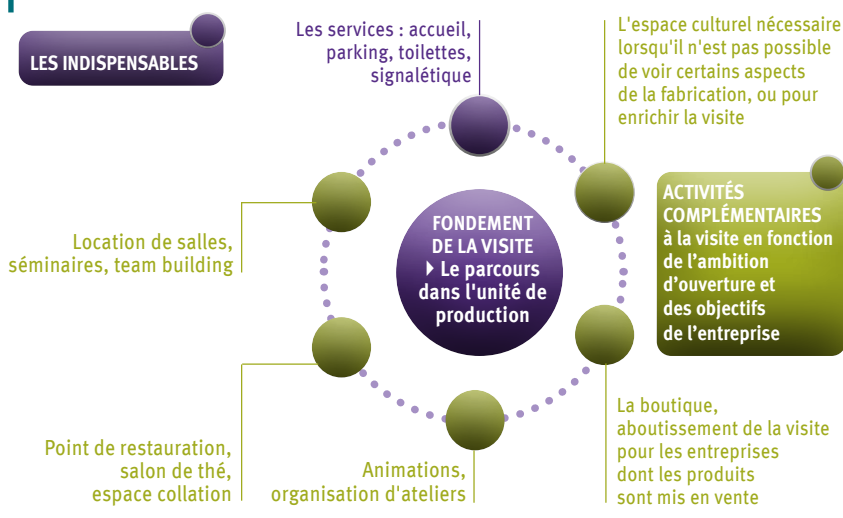
La France est reconnue depuis toujours pour son savoir-faire d'exception lié à ses activités manufacturières emblématiques, dans des secteurs variés tels que la gastronomie, le luxe, les métiers d'art ou encore l'industrie aéronautique. Afin de permettre au public de découvrir les coulisses de ces productions au sein des ateliers et usines, la France développe depuis plusieurs années une offre de visites d'entreprise : aujourd'hui, 2 000 entreprises sont ouvertes à la visite et accueillent 15 millions de visiteurs¹.

La visite d'entreprise répond à plusieurs enjeux : pour les entreprises, cette offre innovante constitue un projet stratégique. Pour les territoires, elle représente un vecteur d'attractivité voire de positionnement. Pour les visiteurs, elle offre une expérience différente, unique, en phase avec leurs attentes d'échange et de transparence.

Pourquoi ce nouveau guide ?

En 2011, Atout France publie un premier guide dédié à la visite d'entreprise afin d'accompagner les entreprises dans la définition et la mise en œuvre de leur projet de visite. Près de 10 ans après, l'Agence, en partenariat avec l'association Entreprise et Découverte, a souhaité actualiser et enrichir ce guide : cette nouvelle édition adopte une approche résolument stratégique, le projet d'ouverture devant répondre à des objectifs précis. Elle prend en compte les évolutions

QUELLES SONT LES COMPOSANTES DE LA VISITE D'ENTREPRISE ?



intervenues en matière de réglementation, de e-marketing ou encore d'outils de médiation. Enfin, le propos est illustré par de nouveaux exemples de pratiques innovantes déployées par des entreprises au sein de différents secteurs.



Ce guide est conçu à la fois pour les entreprises qui se lancent dans l'aventure de l'ouverture à la visite et pour celles qui proposent déjà une offre de visite : les premières seront guidées pas à pas en sept étapes successives dans la définition et la mise en œuvre de leur projet. Les entreprises déjà ouvertes à la visite pourront consulter ce guide sur un point précis. Toutes pourront s'inspirer des nombreux exemples et illustrations présentés.

La visite d'entreprise, un projet stratégique

L'ouverture à la visite constitue un véritable projet stratégique pour l'entreprise, à même de répondre à des objectifs spécifiques : développer le chiffre d'affaires en suscitant des achats directs, valoriser les salariés et leur savoir-faire, améliorer ou transformer l'image de l'entreprise dans des secteurs sensibles, communiquer pour favoriser les changements de comportement des usagers, séduire les jeunes et susciter des vocations... Quand une entreprise décide d'accueillir du public, elle doit examiner un à un ces enjeux afin de retenir *in fine* les objectifs qui s'inscrivent dans sa stratégie de développement. Ces enjeux ne sont pas exclusifs les uns des autres, ils se conjuguent la plupart du temps. Ils ne sont pas non plus figés et peuvent évoluer dans le temps.

Les différentes composantes de l'offre de visite d'entreprise

Le socle de prestations est constitué du parcours dans l'unité de production et des services indispensables à l'accueil des visiteurs [accueil, parking, toilettes, signalétique]. À ces prestations s'ajoutent des activités optionnelles, qui peuvent être proposées en fonction des objectifs fixés par l'entreprise. Par exemple, les entreprises souhaitant développer leurs ventes directes auprès des visiteurs mettront en place une boutique. D'autres pourront proposer en complément du parcours des ateliers de découverte, un espace de restauration ou encore la location de salles. Ces différentes composantes de l'offre doivent s'articuler de façon fluide et cohérente pour garantir aux visiteurs une expérience de qualité.

1. Chiffres 2018 – Entreprise et découverte



La Veuve Ambal, producteur de Crémant de Bourgogne ©

Les sept étapes-clés

Le guide est structuré en sept parties qui permettent d'aborder les étapes-clés d'un projet de visite d'entreprise :

1. La définition des objectifs stratégiques auxquels l'ouverture à la visite répond ;
2. La dimension financière du projet ;
3. Les mesures d'hygiène, de sécurité et d'accessibilité dans un univers réglementaire complexe et en évolution ;
4. L'aménagement physique du parcours de visite, socle de l'offre et étape décisive intégrant de multiples enjeux [circulation et orientation des visiteurs, guidage...]
5. L'organisation des ressources humaines [compétences à mobiliser, fonctions éventuelles à externaliser...]
6. Les supports de médiation, adaptés aux publics ciblés ;
7. Le marketing de l'offre : communication, promotion et commercialisation.

Chiffres clés

LES ENTREPRISES
2 000 entreprises
 ouvertes au public toute
 l'année et tous secteurs

LA VISITE D'ENTREPRISE,
 UN OUTIL AU SERVICE DES PETITES
 & MOYENNES ENTREPRISES

93% sont des TPE / PME

DES ENTREPRISES
 ANCRÉES DANS LE TERRITOIRE

34% existent
 depuis + de 50 ans



LES VISITEURS

15 millions de visiteurs,
 une tendance stable

35% de visites gratuites
45% de visites accessibles
 aux touristes étrangers

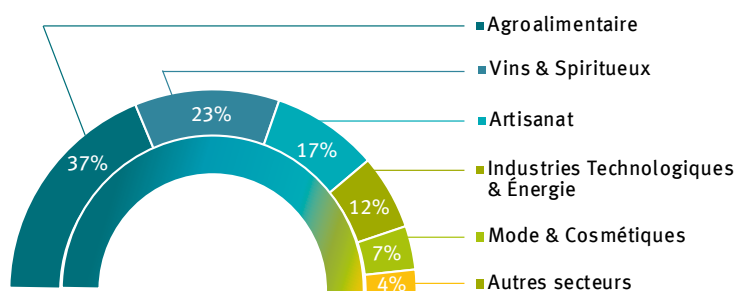
La dynamique de réseau, une clé de succès de la filière

La dynamique de réseau, à l'échelle territoriale et nationale, constitue une clé de succès de la filière : sur certains territoires, des entreprises mutualisent leurs moyens pour déployer des actions collectives de promotion. Des réseaux développés localement favorisent la structuration et la visibilité de l'offre de visites d'entreprises. Des partenariats établis entre les entreprises et les acteurs du tourisme permettent de promouvoir et de mettre en marché l'offre.

Au niveau national, l'association Entreprise et Découverte, créée en 2012, joue un rôle déterminant d'observation [production des chiffres-clés de la filière] et de communication. Ainsi, le site web www.entrepriseetdecouverte.fr valorise l'ensemble de l'offre de visites d'entreprises sur le territoire français.

L'association compte aujourd'hui plus de 400 adhérents, constitués à 80% d'entreprises et à 20% de professionnels institutionnels du tourisme.

RÉPARTITION DES SECTEURS D'ACTIVITÉ



Source : Observatoire Entreprise et Découverte



Visiteurs en salle des machines dans la centrale nucléaire de Tricastin, Drôme © EDF LottiPIX



L'atelier d'ébavurage, Orne © La Manufacture Bohin

SOMMAIRE



La visite d'entreprise

Ouvrir ses portes au public

06 LES CHIFFRES CLÉS DE LA FILÈRE

10 ÉTAPE 1 Définissez votre stratégie

- 12 Introduction
- 13 1. Vérifiez le potentiel pour une ouverture à la visite
- 14 2. Définissez les objectifs de la visite d'entreprise
- 26 3. Définissez les cibles
- 27 4. Procédez à une analyse de marché
- 28 5. Définissez les objectifs en termes de nombre de visiteurs
- 30 6. Construisez les messages clés du discours de visite
- 33 7. Répondez aux attentes des visiteurs
- 39 Fiche récapitulative

40 ÉTAPE 2 Dimensionnez financièrement votre projet

- 42 Introduction
- 44 1. Les investissements matériels et immatériels
- 49 2. Le compte de résultat
- 55 Fiche récapitulative

56 ÉTAPE 3 Adoptez les mesures de sécurité, d'hygiène et d'accessibilité

- 58 Introduction
- 58 1. Les démarches administratives et techniques d'ouverture au public
- 60 2. La sécurité dans l'unité de production
- 64 3. Le respect des normes d'hygiène
- 66 4. La responsabilité
- 68 5. Le plan Vigipirate
- 69 6. Le cas des entreprises classées Seveso
- 70 7. Le classement en Établissement Recevant du Public [ERP]
- 77 Fiche récapitulative

78 ÉTAPE 4 Aménagez l'espace et élaborer votre parcours de visite

- 80 Introduction
- 81 1. Le parcours de visite
- 88 2. L'espace culturel
- 94 3. L'espace de vente
- 101 4. L'espace de restauration
- 105 Fiche récapitulative

106 ÉTAPE 5 Organisez votre dispositif de visite sur le plan des ressources humaines et des modalités d'accueil du public

- 108 Introduction
- 109 1. L'organisation des ressources humaines
- 124 2. L'organisation des modalités d'accueil du public
- 133 Fiche récapitulative

134 ÉTAPE 6 Mettez en place une médiation adaptée aux publics

- 136 Introduction
- 136 1. Comment bâtir une médiation efficace ?
- 139 2. Quels sont les outils ?
- 144 3. Quelles animations mettre en place ?
- 149 Fiche récapitulative

150 ÉTAPE 7 Préparez votre plan marketing

- 152 Introduction
- 153 1. La promotion
- 178 2. La commercialisation
- 181 Fiche récapitulative

182 ANNEXES

- 184 1. La visite d'entreprise dans le cadre d'ouvertures ponctuelles
- 189 2. Les labels | Savoir-faire & qualité, une reconnaissance de l'État
- 192 3. Fiches Expérience