

CARTON PLEIN

POUR LE **TOURISME**

D'ENTREPRISE

La saison estivale le confirme : le **tourisme industriel et de savoir-faire est en plein essor**. Coup de projecteur sur cette **tendance** dans la région **Pays de la Loire**, qui jouit d'une offre **diversifiée et pléthorique** de sociétés ayant décidé d'ouvrir leurs portes au public.

Par Gildas **PASQUET**

Visiter un champ d'éoliennes en mer, une chocolaterie, un site d'assemblage d'avions ou un atelier de confection textile ? Le tourisme d'entreprise a le vent en poupe, en particulier dans les Pays de la Loire, à en croire l'association Visitez nos entreprises. Créée en 2001 et comptant 77 entreprises qui ouvrent leurs portes tout ou partie de l'année, elle vise à structurer, développer et valoriser le tourisme industriel et de savoir-faire dans la région. Et le territoire ne manque pas de diversité en matière d'entreprises à visiter, entre fleurons industriels et pépites artisanales. Ainsi, cet été, en Loire-Atlantique, des entreprises comme Airbus, la base et le parc éolien en mer de Saint-Nazaire, le Grand port maritime Nantes Saint-Nazaire, le Château Cassemichère, les fromageries Beillevaire et Le Curé nantais ou encore Royal Mer ont ouvert leurs portes. La Vendée n'est pas en reste avec la Criée des Sables, Le Moulin des Gourmands, Le Chocolatier Sablais ou encore La Mie Câline. « Avoir le privilège dans une même journée de visiter le matin les Chantiers de l'Atlan-



Anne-Marie **Vallée**
animatrice régionale du réseau
Visitez nos **entreprises**

tique et l'après-midi d'aller à la rencontre d'un paludier dans les marais salants, ça n'est possible qu'en Pays de la Loire, s'amuse Anne-Marie Vallée, animatrice du réseau Visitez nos entreprises. En Vendée, ce sont aussi des découvertes surprenantes : tantôt on se retrouve à pénétrer dans le monde du chocolat de Patrick Gelencser, tantôt on va découvrir le façonnage et la décoration d'une poterie à Nesmy, par exemple. »

Fréquentation en hausse

Selon une enquête réalisée par l'association, l'engouement est là : 62 % des entreprises qui ont ouvert leurs portes cet été ont enregistré une fréquentation meilleure qu'en 2022. Saint-Nazaire Agglomération Tourisme affiche même 20 % d'affluence en plus pour ses visites industrielles. Plus de 16 000 visiteurs sont allés découvrir les Chantiers de l'Atlantique (+24 %) et les croisières pour le parc éolien en mer de Saint-Nazaire ont aussi rencontré leur succès.

Mais l'engouement est aussi du côté du tourisme de savoir-faire : « Les gens sont curieux d'en savoir plus sur les produits de leur consommation quotidienne. Ils ont envie de savoir comment ils sont fabriqués et veulent faire des rencontres humaines : paludier, vigneron, chocolatier... C'est une tendance émergente », souligne Anne-Marie Vallée. Un bilan de l'été donc « globalement positif » selon l'animatrice, pour un tourisme d'entreprise « qui s'inscrit en complémentarité avec les offres ●●●



traditionnelles ». Et si le public de proximité – vacanciers en séjour et habitants de la région – a répondu présent, les visites d'entreprises ont aussi vu la présence de touristes étrangers (11 %), essentiellement européens : Britanniques, Allemands, Belges, Néerlandais.

Opérations gagnantes pour les entreprises

Côté entreprises, les enjeux sont multiples, entre développement commercial et de la notoriété. « Certaines entreprises de l'alimentaire créent parfois un véritable itinéraire qui se termine par une dégustation et un passage en boutique, détaille Anne-Marie Vallée. D'autres, industrielles, comme la base et le parc éolien en mer de Saint-Nazaire, proposent des visites techniques de la base de maintenance à La Turballe et des visites en bateau pour approcher le parc, afin de répondre à la curiosité du public pour les innovations technologiques de l'éolien. Cela peut aussi répondre à un enjeu d'acceptation sur le territoire de ces constructions et sites industriels. »

Quel est le rôle de l'association vis-à-vis des entreprises? « Les aider à structurer leurs visites afin que ce ne soit pas trop chronophage pour elles, et petit à petit, qu'elles conçoivent une prestation qui s'inscrit dans leur stratégie d'ouverture au public. Certaines

sont dans une démarche commerciale, d'autres sont davantage dans une démarche pédagogique, ciblant un public averti ou des personnes concernées par le sujet. »

Si l'été se termine, la saison des visites d'entreprises n'est pas terminée pour l'association. D'abord parce que certains vacanciers ont opté pour l'arrière-

saison. Ensuite, parce que le réseau organise, en cette rentrée, un programme de découverte de 40 entreprises artisanales et industrielles de la région à destination des lycéens. Autre rendez-vous à venir, et non des moindres : les Journées régionales de la visite d'entreprise, fin octobre, lors desquelles 265 entreprises ligériennes ouvriront leurs portes au grand public. ●

62 % des entreprises qui ont ouvert leurs portes cet été ont enregistré une fréquentation meilleure qu'en 2022.



Le tourisme d'entreprise attire le public, comme ici au Chocolatier Sablais (1), chez Airbus (2) ou encore au Moulin des Gourmands (3).



À Guérande, Terre de Sel propose toute l'année de venir découvrir les marais salants.

© Terre de Sel - Pascal François

« Les visites d'entreprise, cela vaut le coup »

Filiale de la coopérative Les Salines de Guérande (marque Le Guérandais), Terre de Sel propose toute l'année la découverte des marais salants à un public de familles, de jeunes comme de moins jeunes, de proximité, en séjour dans la région mais aussi de plus en plus originaires de pays étrangers. « À l'origine, la création de Terre de Sel devait permettre d'encadrer le tourisme dans les marais salants et de faire passer un message pédagogique au visiteur, rembobine Emmanuel Blanc, le directeur. Outre le fait d'être la vitrine de la coopérative, nous sommes un site culturel et proposons une quinzaine de visites différentes sur le triptyque métier-nature-produit. » Un intérêt culturel mis en avant par l'entreprise, qui a trouvé son public : « Nous avons fait une très belle saison, sensiblement la même que l'année passée, qui était une saison record. Depuis une quinzaine d'années, nous avons augmenté notre fréquentation mais nous sommes arrivés à un maximum (environ 60 000 personnes par an) pour éviter d'avoir trop de monde. Nous sommes ouverts 363 jours par an donc nous avons encore du potentiel hors saison. Nous avons aussi une boutique où l'on vend le sel de la coopérative et des produits locaux, qui marche très bien. »

Emmanuel Blanc confirme l'essor du tourisme d'entreprise : « C'est un tourisme qui a la cote, qui plaît aux personnes désireuses de découvrir autre chose que simplement des vacances à la plage... Nous avons affaire à des personnes curieuses, qui veulent par exemple apprendre à leurs enfants la beauté d'un métier, et c'est cela qu'on aime partager. » Côté business, Terre de Sel a enregistré un chiffre d'affaires en 2022 d'un peu plus de 3 M€, pour 16 collaborateurs à l'année (l'effectif double l'été). « Pour toutes les entreprises qui s'interrogent sur l'intérêt de la visite d'entreprise, je peux confirmer que cela vaut le coup. Il y a un investissement au départ, mais comme tous les investissements, s'il est bien fait, cela rapporte plus que cela ne coûte. On gagne suffisamment d'argent pour être indépendants et continuer à investir pour se développer, par exemple dans le confort et dans le recrutement. Car le plus important dans le tourisme, c'est la rencontre avec l'humain. »

Nous avons affaire à des personnes curieuses, qui veulent par exemple apprendre à leurs enfants la beauté d'un métier.

Emmanuel BLANC