



Visite d'entreprise : dix journées en octobre

Les journées régionales de la visite d'entreprise se dérouleront du 15 au 25 octobre, dont trois spécialement dédiées aux jeunes.



Le tourisme de savoir-faire connaît un engouement, pour se cultiver et découvrir des entreprises.

(PHOTO : VISITEZ NOS ENTREPRISES)

Depuis neuf ans, les Ligériens sont friands des visites d'entreprises. Ainsi, l'an dernier, « **environ 300 entreprises ont ouvert leurs portes et près de 400 000 visiteurs sont allés les découvrir** », explique Valérie Drouault-Gourmel, PDG de Idem85 et présidente de l'association Visitez nos entreprises, depuis 2023. « **C'est un tourisme en pleine progression** », souligne-t-elle. Lactalis, Cointreau, fromagerie Beillevaire, savonnerie, producteur de safran, etc. : ces visites « **permettent de découvrir des choses fantastiques** ».

Franck Louvrier, 2^e vice-président de la région (LR), en charge des entreprises, se réjouit : « **Nous avons obtenu une subvention d'État de 50 000 €, dans le cadre d'un appel à manifestation d'intérêt (AMI), afin d'élargir le tourisme du savoir-faire.** » Une association tourisme-économie porteuse de nombreuses promesses. La Région pourra abonder⁽¹⁾. « **Nous avons la conviction que les entreprises sont des éléments d'attractivité pour notre territoire, et ont tout à gagner à mieux se faire connaître** », ajoute le maire de La Baule.

Journées pour les jeunes

Première étape cette année : le 24 avril, les 80 adhérents de Visitez nos entreprises se réuniront, le matin, à l'hôtel de Région, et pourront être

rejoints, l'après-midi, par les entreprises des Pays de la Loire, qui ouvrent leurs portes. « **Nous allons, cette année, proposer que les journées régionales de la visite d'entreprise démarrent avant les vacances de la Toussaint. Le but : permettre à des jeunes de venir découvrir ces entreprises, avant le grand public, en période scolaire.** »

Quel intérêt un chef d'entreprise a-t-il à ouvrir son entreprise au tourisme ? « **Parce que nous voulons développer une culture et une fierté économique**, explique Valérie Drouault-Gourmel. **Nous souhaitons que les gens se les approprient en les visitant, que les salariés soient fiers de montrer où ils travaillent. Il s'agit aussi de déstigmatiser certaines images de l'industrie.** »

Connaissance et création d'un réseau : le public et les entrepreneurs sont dans une relation gagnant-gagnant. Ainsi, l'entreprise Petiot, fabricant de baby-foot en Vendée, raconte que les visites de son site par le public ont permis de booster les ventes. Franck Louvrier ajoute, de son côté, la dimension recrutement. « **Il y en a pour tous les goûts, de l'industrie à l'artisanat, pour susciter l'intérêt de tous les profils.** »

Eric de GRANDMAISON.

⁽¹⁾ paysdelaloire.fr/les-aides/ami-tourisme-de-savoir-faire