LES CLÉS POUR RÉUSSIR L'ACCUEIL TOURISTIQUE DANS MON ENTREPRISE

MARDI 17 NOVEMBRE 2020

Agence de Développement Touristique de la Drôme
8, Rue Baudin - CS 40531 - 26004 Valence Cedex
Tél. +33 (0)4 75 82 19 26 - E-mail : info@ladrometourisme.com

Vous avez une entreprise, et vous en êtes fier ?

Vous souhaitez ouvrir vos portes afin de la faire découvrir au plus grand nombre mais ne savez pas comment organiser et sécuriser ces visites ?

Voici quelques éléments sur les principes généraux de la visite d'entreprise et quelques clés pour vous lancer…

Le tourisme de découverte économique fait l'objet d'un intérêt croissant de la part du public. Sur le sujet les chiffres existants en France et en Europe sur le sujet sont difficilement vérifiables, et quelquefois contradictoires.

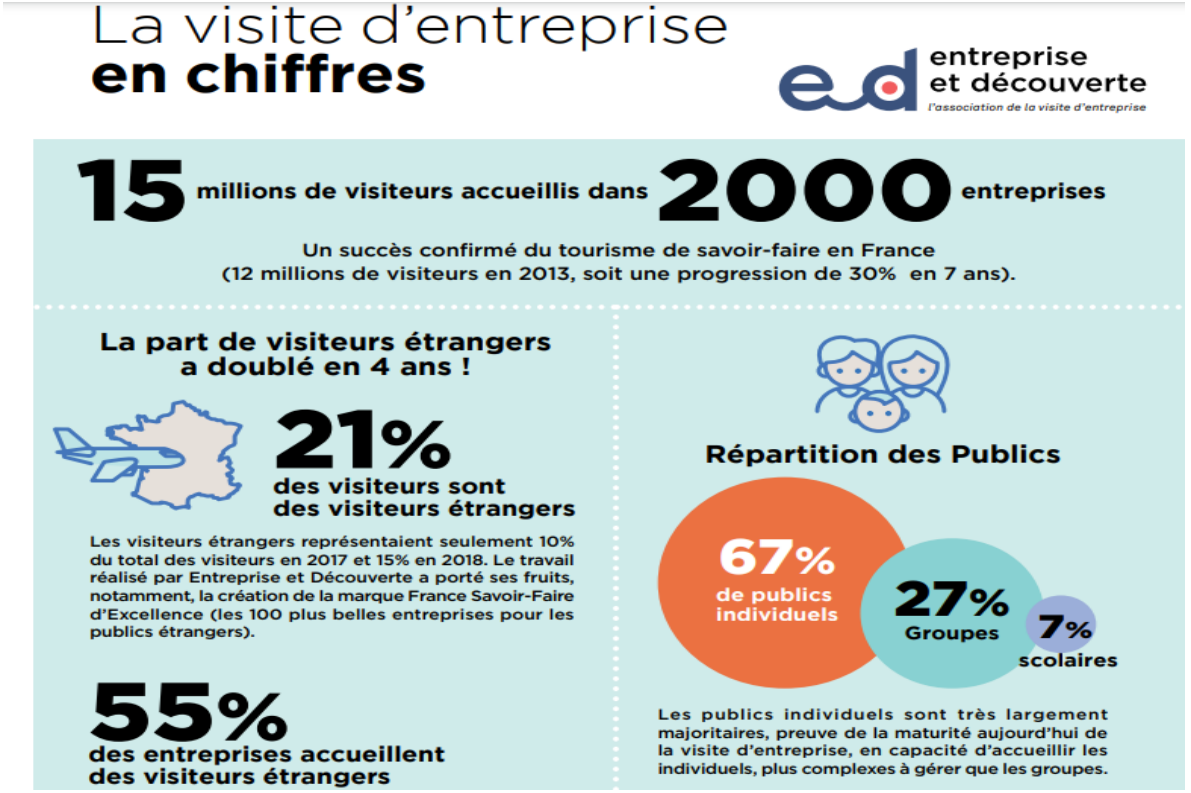
Le tourisme de découverte économique, quant à lui, recouvre, de nombreux secteurs : les musées scientifiques techniques, le patrimoine industriel, les parcs à thème scientifique et l'ensemble des expositions et événements liés à la science et aux techniques (Cité des sciences et de l'industrie - la Villette à Paris), et **la visite d'entreprise**.

La visite d'entreprise consiste, en France, à visiter une entreprise en activité.

QUELQUES DONNEES

L'association Entreprise et Découverte réalise tous les 2 ans un observatoire de la visite d'entreprise en France.

Sources : COMMUNIQUÉ DE PRESSE
- LA VISITE D'ENTREPRISE - Les nouveaux chiffres 2020



QUELQUES DONNEES

Les petites et moyennes entreprises constituent l'immense majorité de la filière

94% de TPE - PME **6%** ETI - GE

45%
des entreprises ont plus de 50 ans

et **26%**
ont 100 ans et plus

Le tourisme de savoir-faire est un tourisme culturel. Ces entreprises ont une dimension patrimoniale forte, elles sont ancrées de longue date dans leur territoire.
(Ce pourcentage est en forte augmentation par rapport à l'observatoire 2017 : 34% de plus de 50 ans)

FREE

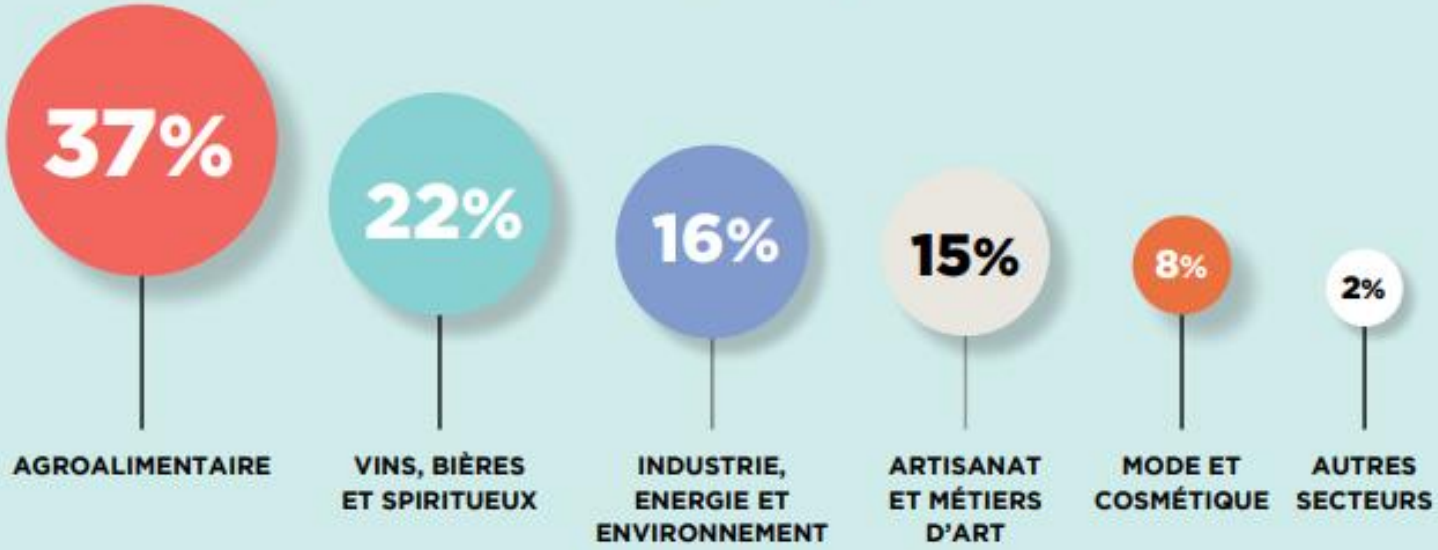
35%
de visites gratuites

Une filière touristique accessible à tous avec un nombre important de visites gratuites et un prix d'entrée moyen très raisonnable.

et un prix moyen de
5,90 €

QUELQUES DONNEES

La répartition des entreprises par secteurs d'activité



Si le secteur agroalimentaire domine toujours, 2 secteurs progressent sensiblement par rapport à 2017 : Mode et Cosmétique et Industrie, Énergie et Environnement.

QUELQUES DONNEES

80%

des entreprise disposent d'une boutique.

La visite d'entreprise permet de créer de nouveaux centres de profit. Dans ces boutiques attractives, l'entreprise propose tous ses produits en direct et dispense des conseils personnalisés.

Les achats sont en moyenne 2 fois plus élevés

que dans une boutique sans visite préalable. La visite d'entreprise est un outil de vente efficace. Le public découvre des histoires et des savoir-faire d'exception et veut ramener des souvenirs.

60%

des visiteurs deviennent des consommateurs fidèles à la marque.

La visite d'entreprise est un outil de communication optimal. Les visiteurs s'attachent à l'entreprise et s'engagent durablement pour la marque.

AVANT LA VISITE

Pourquoi et comment ouvrir vos portes ?

Ouvrir aux visiteurs les « coulisses » d'une entreprise en activité (ateliers, salles des machines,....) c'est leur donner à voir, en direct, tout ou partie du processus de production (d'un produit ou d'un service).

Les principaux « ingrédients » pouvant être utilisés pour créer la visite :

- différents outils de médiation (vidéos, brochures, ...) ;
- des anecdotes ;
- des séquences interactives ou ludiques de « mise en situation » sollicitant la participation des visiteurs ;
- un espace de vente (proposé en fin de visite) pour offrir la possibilité d'acheter les produits fabriqués sur place, mais aussi des produits locaux, ou des produits « dérivés » sélectionnés avec soin et en phase avec les valeurs de l'entreprise.

Quelques raisons d'ouvrir : entretenir ou modifier l'image, vendre ou faciliter la vente, rassurer, justifier, prouver, enrichir la vitrine ou l'image territoriale, motiver son personnel.

Et quelques raisons de "ne pas ouvrir" : confidentialité, dangerosité, outil inadapté, peur de la perturbation…

Globalement tout plaide en faveur de l'accueil du public :

- c'est l'outil de communication à la plus forte valeur ajoutée dans toute la gamme des supports disponibles, et dont le coût est à la portée de toutes les entreprises, y compris les plus modestes.
- c'est un gain en termes de notoriété et d'attractivité. Et en plus, la vente de produits sur place permet de développer un chiffre d'affaires parfois non négligeable.

Au-delà des seuls enjeux commerciaux, l'ouverture relève d'un souci de « transparence » envers le consommateur, et d'une volonté de créer du lien, avec :

- le territoire
- les clientèles de passage.

Exemple des groupes industriels comme EDF, AREVA qui utilisent la visite pour présenter en détail leur activité et les retombées économiques sur le territoire mais aussi leurs efforts en termes de développement durable, ou, plus simplement, pour minimiser les nuisances causées aux riverains (pollution, bruit, odeurs, ...).

La visite d’entreprise exige qualité de l’accueil, lisibilité du discours, adaptabilité et pédagogie.

Il faut un peu de temps, un peu de créativité et un peu de goût pour la communication

Le public, est généralement **actif et curieux et souhaite vivre une expérience.**
Il est désireux de comprendre, **en recherche d’authenticité, et de rencontre**.
Il accepte d’acquitter un droit d’entrée pour découvrir l’envers du décor, pour connaître les conditions de productions, pour découvrir des savoir-faire.

C’est une **démarche rigoureuse**, parce que le visiteur est une personne habituée à fréquenter des lieux de visites: musées, expositions, …

La visite d'entreprise doit être :

- un **produit innovant et attractif**,
- **visible** (Site internet),
- **intégrée** dans l'offre territoriale (liens avec l'Office de Tourisme local, l'Agence de développement Touristique, sites de visites, …).

La visite d'entreprise nécessite une **mobilisation de toute l'entreprise, dirigeants et personnel**. Elle peut entrainer une perte de productivité sur certains postes éveillant la curiosité et l'intérêt du public, même s'il s'agit d'une visite guidée.

La visite d’entreprise doit s’appuyer sur une stratégie claire et précise, répondant à diverses questions :

Pourquoi ?
Quel est le potentiel de mon entreprise apte à intéresser du public ? Peut-elle être adaptée à un parcours de visite ?
Quels sont mes objectifs ? Quelle est la dynamique de mon territoire ?
Quel impact financier ?
Quel sera mon public ? Quelles sont ses attentes ?
Quels messages dois-je ou ai-je envie de transmettre ?

= Etude de marché

Cette visite nécessite-t-elle des investissements ?

Matériels ? Humains ?
Quel en est le plan de financement ?
Quel est le compte de résultat prévisionnel ?

= Etude financière

Quel sera l'impact sur les salariés de l'entreprise ?
Comment les associer à chaque étape du projet afin de les valoriser et les motiver, mais aussi faire d'eux les ambassadeurs de mon projet ?

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Toute entreprise ouvrant à la visite s'inscrit dans la catégorie des Etablissements recevant du Public (ERP).
A ce titre, elle doit **respecter les réglementations suivantes** :

- **Sécurité des espaces, des personnes** : Organiser une visite du SDIS en préalable pour vérifier le respect des normes en vigueur et établir les travaux ou aménagements à réaliser. Informer à l'ouverture, le maire afin qu'il convoque une visite de la Commission de Sécurité – Incendie.
  Une jauge maximale de nombre de visiteurs peut être mise en place, les visiteurs sont soumis aux mêmes obligations de sécurité que le personnel (port d'un casque, …)
- **Accessibilité** pour toutes déficiences conformément à la Loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances.

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Réglementations complémentaires :

- **Pour les activités agro-alimentaires**, visite des services vétérinaires.
- **Assurances** : Adaptation du contrat.

Et points de vigilance en matière

- d'intelligence économique (mise en sécurité des informations sensibles, …)
- de protection des savoir-faire.

= Le parcours doit donc être très clairement établi afin d'éviter les points sensibles et à risques, et de maintenir la sécurité de tous, salariés et visiteurs.

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Gérer soi-même ses visites ou les déléguer à un "spécialiste" ?

- **Gestion en direct** :

Avantages : discours "imprégné" de l'entreprise, appropriation a priori plus forte, meilleure connaissance des hommes et des anecdotes de l'entreprise

=> Solution qui oblige à gérer le temps, la disponibilité du personnel, mais aussi son manque de connaissance en matière d'accueil, d'expression orale (pratique d'au moins une langue étrangère, animation de groupes, …) ***=> Adaptation du Plan Formation de l'entreprise***.

- **Gestion avec un recrutement d'une personne dédiée et formée aux métiers d'accueil et de guidage**

Avantage : Le visiteur est alors plus indulgent pour un défaut de connaissances techniques que pour une absence de savoir accueillir ou de pédagogie.

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Quel rythme d'ouverture ?

1 - Accueil régulier des visiteurs, soit avec une :

- Ouverture en continu tout au long de l'année ;
- Ouverture saisonnière en lien avec les périodes de production ou les périodes de fréquentation touristique ;
- Ouverture planifiée à des dates précises (jours et heures) ;
- Ouverture sur rendez-vous uniquement (essentiellement pour les groupes)

2 - Accueil ponctuel, dans le cadre, par exemple, d'un événement de type « Journées Portes Ouvertes » organisé, par exemple une fois par an, au niveau local ou régional.

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Visites libres ? Visites guidées ?

Dans le cadre de visites libres, il convient de penser aux conditions d'accueil du public :
1er cas, sont nécessaires un espace dédié avec confort (sièges, toilettes, …) et du personnel disponible dès l'arrivée du visiteur, en capacité d'expliquer le fonctionnement du lieu et des divers espaces et de gérer la billetterie (si la visite est payante)
ou 2ème cas, les espaces sont facilement identifiables et le parcours ne nécessite pas d'explications.

Dans le cadre de visites guidées, la mise en place d'un accueil (sièges, toilettes, …) et d'un guidage professionnel sont essentiels. Une formation spécifique pour les salariés concernés peut leur être proposée.
Si le guidage ne peut absolument pas être assuré par une personne de l'établissement, d'autres possibilités peuvent être envisagées : recours à un retraité de l'entreprise, sous-traitance auprès d'un cabinet spécialisé...

Comment organiser une visite d’entreprise ?

Politique commerciale ?
La visite est à considérer comme une prestation spécifique, une offre de service à part entière.

Il s’agit donc de la « valoriser », même si la gratuité peut être consentie pour certains publics, notamment les scolaires.

Un avantage peut être accordé pour tout achat à la boutique, si elle existe.

PENDANT LA VISITE

- **Veiller au bon déroulement de la visite**

- **Mettre en place un discours cohérent et l'adapter selon les publics** pour faciliter l'échange et la bonne compréhension par tous. Celui-ci, sans être trop récité, doit avoir été construit et testé par la (ou les) personne(s) chargée(s) des visites auprès peut-être des salariés de l'entreprise.

- **Dans le cas de visites libres**, veiller à la propreté des espaces, au bon rangement du mobilier entre les visites, …

Comment communiquer et auprès de qui ?

Promotion - réservation

- ✓ **Site internet**, ou au moins espace dédié à la visite intégré au site de l'entreprise
- ✓ **Outil de réservation en ligne (billetterie)** (outils dédiés disponibles, se renseigner auprès de l'ADT Drôme)
- ✓ **Réseaux sociaux** (Facebook, Instagram, …)
- ✓ **Autres** : Google Business, Trip Advisor, …

Comment communiquer et auprès de qui ?

Promotion - réservation

✓**Communiquer auprès de prescripteurs potentiels** :

- Mairie et intercommunalité ;
- Office de Tourisme, Agence de Développement Touristique, ...
- Professionnels du tourisme : hébergeurs, prestataires, …
- Commerçants et entreprises du territoire sur le même sujet ou non…

✓**Communiquer auprès de la presse** (locale, régionale, …)

Comment communiquer et auprès de qui ?

Promotion – réservation

- ✓ **S'inscrire dans des réseaux** tels que « Entreprise du Patrimoine Vivant »
- ✓ **Participer à des journées portes ouvertes ou à des évènements** nationaux, régionaux ou locaux, soit en indépendant, soit en partenariat avec d'autres entreprises ou organismes
- ✓ **Adhérer à un réseau local** fédérant les sites touristiques de la destination (exemple Visite en Drôme - www.visitesendrome.fr/)
- ✓ **Organiser des évènements** pour générer des retombées (auprès du public et de la presse)
- ✓ **Renouveler son parcours de visite**, y ajouter régulièrement des nouveautés

Quelques sites et adresses

Réseau Entreprise et Découverte = www.entrepriseetdecouverte.fr/

Label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV) = www.patrimoine-vivant.com

Journées des Métiers d'Art = www.journeesdesmetiersdart.fr/

Guide du Routard Visite d'entreprise en France – Parution 11-12-2019

APRES LA VISITE

Suivi interne avec le personnel attaché à cette mission : bilan qualitatif, formations, …

Suivi statistique de la fréquentation (nombre de visiteurs - individuels & groupes et typologie), origine (département, nationalité), …

Suivi de l'activité de la boutique (panier moyen)

Mise en place et traitement d'un questionnaire remis aux visiteurs en fin de visite

Ouvrir vos portes vous séduit, mais vous ne savez pas comment procéder ?

Le Cluster Bio et L'Agence de Développement Touristique de la Drôme proposent de vous accompagner individuellement pour vous aider à définir et mettre en place la visite de votre entreprise.

Contacts :

Bastien BOISSONNIER - Chargé de mission filière et restauration commerciale
E-Mail : bboissonnier@cluster-bio.com / Tél 06 01 30 70 18
Site internet : www.cluster-bio.com
Ineed – Parc Rovaltain - 1 rue Marc Seguin - 26958 Valence Cédex 9

Françoise ALAZARD - Adjointe de Direction – Pôle Offre - Aménagement - Développement
E-Mail : falazard@ladrometourisme.com / Tél LD 04 75 82 19 37
Site internet : www.ladrometourisme.com
8 rue Baudin – CS 40531 – 26004 Valence Cédex

Merci de votre attention …

Des questions ?