

Pme : quand ouvrir ses portes rapporte



Illustration Olivier BREAUD

Ouvrir ses portes au public, c'est tendance, y compris chez les Pme. Certaines organisent des visites ponctuelles, d'autres vont plus loin en aménageant des circuits de visite permanents ou en créant leur propre musée. Une façon de sortir de l'anonymat, de créer des liens avec leur environnement. Outil de communication, moyen de doper les ventes, le tourisme de découverte économique devient parfois une activité à part entière et une source de profit.

Par Carina ISTRE

Faire visiter son entreprise, son atelier, son usine ? Une pratique de plus en plus répandue. Les entreprises et sites membres du réseau Tistra (Tourisme industriel scientifique et technique en Rhône-Alpes) ont accueilli 846 000 visiteurs en 2010, soit une hausse de 15 % en un an. Un succès populaire, mais aussi un chiffre d'affaires non négligeable : 4,8 millions d'euros, en hausse de 20 %, comprenant les recettes de billetterie et les ventes en boutiques. Les 37 membres du réseau, dans leur majorité des Pme, accueillent du public toute l'année et emploient pour cela 237 salariés. Par ailleurs, les journées portes ouvertes ont le vent en

poupe. En octobre, les dernières « JPO » de la CCI de Grenoble ont mobilisé cent entreprises, dont un tiers de nouvelles participantes.

“Ce qui nous intéresse, c'est que le public comprenne ce que fait l'entreprise vis-à-vis de son environnement. Nous avons un ancrage local fort, c'est important que les partenaires, les habitants, voient ce que nous faisons”, explique Corinne Margot, directrice des ressources humaines et de la communication chez Soitec, spécialiste des matériaux semi-conducteurs pour l'électronique et l'énergie, qui emploie 1 100 personnes à Bernin près de Grenoble et réalise un chiffre d'affaires de 281 millions

d'euros. “Montrer des salles blanches, des activités de haut niveau, c'est valorisant. Nous montrons ce que sont nos métiers, cela aide à recruter, car une bonne partie de nos embauches se fait au niveau local. Et puis expliquer que c'est de la vapeur

d'eau qui s'échappe des cheminées est utile aussi...” Soitec, pionnière des journées portes ouvertes depuis 2002 reçoit chaque année plusieurs centaines de personnes.

Mais si nombre d'entreprises ont adopté les journées portes ouvertes, →

LE SAVIEZ-VOUS ?

Un guide édité en Rhône-Alpes

Un livret-guide, édité cette année par le réseau Tistra, est entièrement consacré aux sites et entreprises qui se visitent en Rhône-Alpes. Il répertorie 47 visites possibles toute l'année englobant le patrimoine industriel ou artisanal, les sites de découverte scientifique, les visites d'entreprises sur un site de production en activité. Cet outil est complété par un site d'information : www.tistra.com et une plate-forme de réservation en ligne pour des visites ponctuelles d'entreprises :

www.visites-entreprises-rhone-alpes.fr
Tél. 04 72 18 96 47.

→ temps ponctuel consacré à l'accueil du public, d'autres vont plus loin en installant des circuits de visite toute l'année. C'est le cas notamment pour des activités artisanales ou alimentaires où, le visiteur s'avère être aussi un client potentiel et un consommateur à éclairer, voire à rassurer. C'est le cas chez certains industriels comme Evian, qui fait visiter l'usi-

ne d'embouteillage de l'Évian-les-Bains en mettant l'accent sur la pureté. De même, sur une échelle plus artisanale, à la chocolaterie Jouvenal à la Côte-Saint-André en Isère où le patron ouvre ses coulisses au public en insistant sur la composition du « vrai » chocolat.

Chez Eyguebelle, fabricant de boissons traditionnelles comme la liqueur

ou le sirop à Vallaurie dans la Drôme, qui emploie 25 personnes pour un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros, le besoin de s'ouvrir pour se faire connaître a été longtemps contrarié. "Nous avons racheté l'entreprise aux moines d'Aiguebelle en 1996, mais nous sommes restés dix ans dans l'enceinte du monastère, privés de la possibilité de recevoir du public", explique Philippe Froment, en charge de l'activité. "Nous voulions communiquer sur notre savoir-faire pour toucher le marché régional, alors en nous installant sur notre nouveau site, nous avons tout de suite aménagé un circuit de visite qui nous permet de montrer nos activités aux habitants, aux touristes et aux grands comptes, nos principaux clients. L'objectif est de promouvoir les ventes à la boutique, et de faire monter la demande dans les grandes surfaces régionales. Une société spécifique, Domaine Eyguebelle, gère l'activité d'accueil et génère un chiffre d'affaires de →



"J'ai créé le musée de l'alambic un peu par hasard. Surprise : cela a littéralement boosté les ventes ! Il attire chaque année 100 000 visiteurs, et pèse 1 million d'euros de chiffre d'affaires", raconte Denis Gauthier, le Pdg de la distillerie Gauthier à Saint-Désirat en Ardèche.

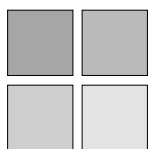
ZOOM

Le musée Paccard, une activité autonome et rentable



Près d'Annecy, le musée créé par la fonderie Paccard fonctionne comme un outil de communication adapté à ce marché spécifique. Et il gagne de l'argent, ce qui était l'objectif.

"On ne vend pas des cloches comme un produit banal. Il y a toujours une dimension affective ou spirituelle", constate Anne Paccard, gérante du musée du même nom créé au sein de la fonderie familiale qui emploie quinze salariés et réalise un chiffre d'affaires de 1,5 à 2 millions d'euros à Sévrier, près d'Annecy. "Le musée présente l'âme Paccard, l'histoire d'une famille, d'un savoir-faire. Il montre l'entreprise en fonctionnement et donne une image qualitative, culturelle. Les clients potentiels qui visitent l'entreprise voient qu'on est dans le vrai. Il arrive aussi que des visiteurs venus en touristes deviennent ensuite des clients". Mais s'il fonctionne comme un outil de communication en synergie avec la fonderie, atout précieux sur un marché de niche qui se rétrécit chaque année, le musée est une activité à part entière. "C'est une SARL. Quand nous l'avons créé en 1984, nous voulions qu'il soit capable de subsister par lui-même. Et c'est le cas ! Avec 25 000 visiteurs par an, un effectif de quatre personnes et un chiffre d'affaires de 220 000 euros, nous avons un résultat net de 25 000 euros."



structa

Mobilier et Agencement

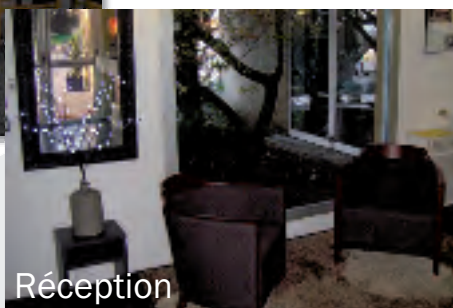
Agenceur d'hôtels et restaurants



Restaurant



Chambre



Réception



structa

Agenceur d'espaces résidentiels et hôteliers, chambres, salle de bains, réceptions, restaurants, bars, terrasses et extérieurs.

Z.A.C. Plaine de Clairac - Route de Montéléger D261 BP 70112 Beaumont-lès-Valence 26904 VALENCE Cedex 9
www.structa.fr - Tél: 04.75.78.44.44.

