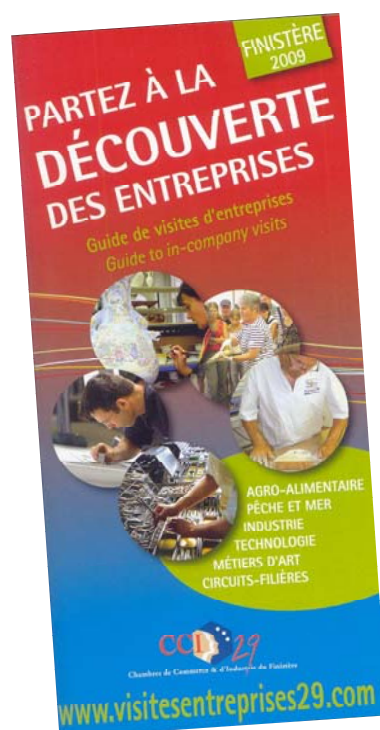


## DOSSIER DE PRESSE

Point Presse Lundi 29 juin 2009  
à 16 h 30 à HALIOTIKA – La Cité de la Pêche

### Découverte économique en Finistère : Lancement du guide « Partez à la découverte des entreprises » 2009



#### Sommaire

Communiqué.....p.2

Les grandes tendances du Tourisme de  
découverte économique en  
Finistère.....p.3

Le développement de la découverte  
économique en  
Finistère.....p.4

HB Henriot : professionnaliser sa visite  
d'entreprise, démonstration par  
l'exemple.....p.5

# COMMUNIQUÉ

Visites de groupes, séminaires d'entreprises, découverte du patrimoine, visites de scolaires ....sous différentes formes, la découverte économique des entreprises a le vent en poupe.

Face à l'engouement croissant du public pour cette forme de visite, CCI 29, association des trois chambres de commerce et d'industrie du Finistère, accompagne depuis plus de onze ans la promotion de l'offre touristique des entreprises.

Chaque année, plus de 250 000 visiteurs se rendent dans les entreprises finistériennes. Cette demande croissante pour les visites d'entreprises est à l'origine de la réalisation du **guide « Partez à la découverte des entreprises »**. **Pour cette nouvelle édition 2009, soixante quinze entreprises** ouvrent leur portes : de la dégustation d'algues à la fabrication du pain, en passant par la fabrique de sabots. Autant d'invitations pour découvrir le patrimoine économique du Finistère.

Pour **optimiser l'accueil des touristes, CCI 29 propose cette année un atelier pour former les professionnels à la visite d'entreprise**. Animé par Christian PIAT, directeur du cabinet Optim Accueil, spécialisé en ingénierie touristique et découverte économique, il aura lieu le lundi 29 juin 2009 à HALIOTIKA – La Cité de la Pêche de 17H 30 à 19 H 00. Au programme : les actions concrètes pour dynamiser sa visite d'entreprises, telles que les contenus thématiques, les supports scénographiques, l'animation de visite d'entreprise, l'aménagement de la boutique, la communication de son offre touristique.

**Anne LE RHUN, présidente de la Commission Tourisme CCI 29, vous invite à l'occasion du lancement du guide 2009, le lundi 29 juin à 16 H 30 à HALIOTIKA – La Cité de la Pêche, à échanger avec deux chefs d'entreprises participant à l'opération, ainsi qu'avec M.PIAT, directeur du cabinet Optim Accueil.**

## **Contact Presse**

CCI Quimper Cornouaille

Linda LE METAYER

02 98 98 29 14

[linda.le-metayer@hotmail.com](mailto:linda.le-metayer@hotmail.com)

# LES GRANDES TENDANCES DU TOURISME ECONOMIQUE EN FINISTERE

**Le Finistère est l'un des départements dans lequel, la découverte économique des entreprises est la plus développée** grâce à l'opération « Finistère découverte économique », menée par CCI 29, association des trois chambres de commerce et d'industrie de Brest, Morlaix et Quimper. Cette initiative est l'une des actions touristiques majeures mis en place et animées par CCI 29 depuis 1998. Chaque année, 250 000 personnes visitent les entreprises finistériennes. Portrait de celles qui ouvrent leurs portes :

- Les entreprises qui ouvrent leurs portes au public sont pour la grande majorité des TPE et PME : 78 % des entreprises ont moins de 15 salariés ; 13 % ont entre 15 et 50 salariés et 9 % comptent plus de 50 salariés.
- 71 % des entreprises proposent des visites gratuites pour les individuels. Les visites payantes sont comprises entre 2 et 5 € par personne. 60 % des entreprises proposent des visites gratuites pour les groupes constitués.
- S'agissant des conditions de visite : 53 % des entreprises accueillent des groupes toute l'année sur rendez-vous ; 72 % des visites doivent être réservées au préalable dans les entreprises. A noter : **40 % des visites sont suivies d'une dégustation.**
- En 2009, **41 % des entreprises disposent d'un espace de vente** qui pour certaines d'entre elles est clairement identifié comme une boutique. Cette boutique peut représenter jusqu'à 12 % du CA de ces entreprises.
- 63 % des visites sont organisées en été (sur une période de mi-juin à mi-septembre) ; 31 % se déroulent sur l'ensemble de l'année et 5 % sont programmées pendant 6 mois de l'année sur une période allant d'avril à octobre.

# LE DEVELOPPEMENT DE LA DECOUVERTE ECONOMIQUE EN FINISTERE

A travers l'opération « Finistère découverte économique », CCI 29 propose aux entreprises de bénéficier d'un accompagnement pour ouvrir leurs portes de manière professionnelle, en développant 3 axes :

- **Conseiller**

L'opération « Finistère découverte économique » consiste à conseiller les entreprises par la réalisation de diagnostics courts, et l'organisation de modules et d'ateliers de formation adaptés :

- Atelier « professionnaliser sa visite d'entreprise »
- Conférence « E-business : optimiser son site internet »
- Conseils personnalisés « décoration intérieure et aménagement extérieur » ....

- **Appuyer**

Les entreprises investissent dans des équipements professionnels (signalétique, couloirs de visites, supports audiovisuels...). CCI 29 monte et appuie les dossiers de demandes d'aides régionales des entreprises pour les investissements en faveurs des visites.

- **Promouvoir**

CCI 29 assure la promotion des visites d'entreprises en Finistère, grâce notamment à l'édition annuelle du guide « Partez à la découverte des entreprises ». Ce document permet ainsi au public, curieux de mieux connaître l'économie finistérienne et ses savoir-faire, de prendre connaissance des différentes entreprises qui accueillent à l'année ou en saison estivale des visiteurs, de leur activité et de leurs conditions d'ouverture.

En 2009, la 12<sup>ème</sup> édition du guide « **Partez à la découverte des entreprises** » sera distribué à **60 000 exemplaires** dans les 75 entreprises participantes, les offices de tourisme et syndicats d'initiatives, les campings, les résidences de tourisme, les Gîtes de France, le réseau Clévacances, la Maison de Bretagne à Paris, les chambres de commerce et d'industrie et les principaux équipements et sites touristiques du Finistère

CCI 29 a également développé un site internet consacré à l'opération :

**[www.visitesentreprises29.com](http://www.visitesentreprises29.com)**

# HB-HENRIOT : PROFESSIONNALISER SA VISITE D'ENTREPRISE, DEMONSTRATION PAR L'EXEMPLE

La visite d'entreprise permet d'optimiser les objectifs de commercialisation, de communication, de recrutement et de marketing direct à moindre coût (en particulier pour les PME).

Pour professionnaliser sa visite d'entreprise, Optim Accueil a accompagné et conseillé les entreprises, parmi lesquelles : la criée de Roscoff (29), la fromagerie Beillevaire (44), la Coopérative Laitière Isigny Sainte-Mère (14) et la Faïencerie de Quimper HB-Henriot. Le cabinet préconise une série d'actions concrètes pour développer l'activité de visite d'entreprise :

- **Donner du sens à la visite**

La question « Quels sont les contenus à développer importants pour l'entreprise ? », est à compléter par « Pour quels contenus les visiteurs viennent-ils ? ». Concrètement, il s'agit d'établir un tableau « thèmes-espaces-soutiens » pour définir ce qui doit être dit aux visiteurs, à quel endroit de la visite, et le cas échéant, si un support doit être réalisé en soutien des propos du guide. La réalisation de ce tableau est un bon outil pour analyser le contenu détaillé et global d'un circuit de visite.

- **Rendre le touriste, acteur de sa visite**

Il est régulièrement rappelé que l'engouement pour la visite d'entreprise correspond notamment à la volonté d'apprendre en se divertissant. Trois niveaux de proposition de découverte sont à distinguer : « à voir », « à visiter », « à vivre ». La tendance touristique consiste à enrichir la sollicitation des publics, et avancer vers le « à vivre », qui permet au touriste de vivre une expérience nouvelle.

- **Faire revenir les visiteurs**

Sans stratégie de « Faire revenir », l'entreprise ne peut compter que sur un renouvellement permanent de ses visiteurs, ce qui est limité puisque la visite d'entreprise touche principalement des publics de proximité. D'où la nécessité de renouveler son offre, même partielle.

- **Compléter la visite par un support de communication**

Les supports de communication permettent de montrer aux visiteurs, par des procédés scénographiques, des opérations qu'ils n'ont pas pu voir au moment de leur visite. Pour les visiteurs en individuels, des enquêtes auprès de sites touristiques montrent que la diffusion d'un dépliant et le bouche à oreille sont les supports de promotion les plus performants. La satisfaction des visiteurs crée un bouche à oreille important avec la fréquentation des sites, sachant que ce bouche à oreille fonctionne autant en négatif qu'en positif ! Quant au dépliant, son rôle attendu est double : suggérer le site, son contenu et son vécu (« faire revenir ») et informer (accès, dates, horaires et tarifs). Pour les visiteurs en groupes, les contacts s'établissent par des actions commerciales classiques : fichiers, mailing, phoning, entretiens, éductours...

- **Mettre en place des outils de connaissance des clientèles**

La connaissance des clientèles est une pratique nécessaire en marketing touristique. Suivi quantitatif : origine géographique, typologie des visiteurs (familles, groupes scolaires...). Suivi qualitatif : source d'information ayant suscité la visite, intentions de retour et de recommandation, adéquation avec les attentes. Ces informations s'obtiennent soit par enquête assistée (questions posées par le guide en fin de visite), soit par un questionnaire spontané à remplir.

## **Entretien avec Eric Ligen,** chargé de mission – HB-Henriot

### **« Pourquoi avoir fait appel à Optim Accueil chez HB Henriot ?**

**Eric Ligen :** Nous souhaitons moderniser notre offre de visite, nous avons donc sélectionné la société Optim Accueil afin qu'elle réalise un audit (audit réalisé lors de l'été 2008). Nous avons en effet observé un tassement de la fréquentation de la faïencerie, d'où un besoin de renouvellement. Optim Accueil nous a apporté un regard simple ainsi que des recommandations claires et structurées concernant l'organisation des visites.

### **Quelles recommandations vous ont été proposées?**

**E.L :** M. Piat nous a conseillé notamment sur le contenu des visites ainsi que leur promotion.

Il nous a alerté sur la durée trop courte des visites de la faïencerie par rapport à ce que proposent d'autres entreprises.

Nous avons également travaillé sur la notion de « faire revenir ». En effet, lorsque l'on parle de la faïencerie Henriot, il est fréquent d'entendre « on connaît », sauf que dans la plupart des cas les visiteurs connaissent avant tout la marque et beaucoup moins les ateliers de fabrication. Dorénavant, nous proposons donc des visites séquencées afin de renouveler l'offre et faire ainsi «revenir » les visiteurs.

### **Et qu'en est-il de la promotion des visites ?**

**E.L :** Optim accueil nous a accompagné dans la mise en œuvre des idées que nous avons en matière de promotion. Pour exemple : la rénovation du prieuré de Locmaria, dans le quartier de la faïencerie, permet désormais d'accueillir des salles d'expositions. Ainsi, nous avons mixé notre offre et prolongé la visite de la faïencerie par celle du quartier.

D'autre part, nous avons également retravaillé le cœur de notre offre de visite : les ateliers de production. Nous avons donc imaginé avec Optim accueil une mise en scène dans le hall permettant de donner « à voir » la compétence et la technicité que requiert notre métier par notamment la mise en place de vidéos et l'accompagnement d'un guide expliquant les procédés de fabrication

### **Qui est en charge de l'organisation des visites chez HB Henriot ?**

**E.L :** Nous avons un service spécialisé dans l'organisation des visites et qui existait avant même l'audit. Nous recevons entre 35 000 et 40 000 visiteurs chaque année dont 10 000 l'été (les ateliers sont ouverts toutes l'année). C'est pourquoi, durant la période estivale, notre responsable des visites est secondée par 2 à 3 intervenants.

**Avez-vous observé des changements suite à la mise en place des préconisations de l'audit ?**

**E.L :** L'audit a eu lieu il y a moins d'un an et les changements s'observent plutôt d'une année sur l'autre et en particulier lors de la saison estivale. Et pour le moment, la saison ne fait que commencer (elle débute aux vacances de Pâques). Cependant, malgré la conjoncture économique difficile, nous observons une bonne fréquentation de la faïencerie. L'intervention d'Optim Accueil nous a permis d'identifier nos points forts et nos points faibles et de mettre en pratique des conseils simples et efficaces. »