



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 88599

Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur le développement du tourisme industriel à travers le pays. En effet, à l'image de l'initiative réussie dans l'entreprise Airbus, ces expériences lancées par des sites industriels ayant une renommée nationale, en raison notamment de la notoriété de leur fabrication, rencontrent un très vif succès auprès du grand public. Ces expériences de tourisme industriel constituent de plus un moyen de promotion efficace, qui mérite d'être entendue à travers le pays, car elles illustrent l'intérêt de notre patrimoine industriel. Notre pays pourra également, par le développement de ce tourisme, montrer son attachement à certains de ses sites de productions et donc d'emplois. Dès lors, à l'image d'autres pays européens ou des États-unis, il pourrait s'avérer utile et intéressant d'engager une réflexion et une collaboration entre les ministres du tourisme et de l'industrie, afin d'établir une action nationale visant à permettre la création de ces potentiels de tourisme industriel. Il lui demande donc de préciser sa position sur ce dossier.

Texte de la réponse

En France, plus de 1 000 entreprises ouvrent leurs portes au grand public tout au long de l'année. Parmi elles, une majorité d'entreprises sont artisanales (35 %), agricoles ou viti-vinicoles (30 %), ou industrielles (25 %) et de services. Elles accueillent en moyenne 5 000 visiteurs par an. Ce chiffre peut atteindre plus de 150 000 visiteurs pour des établissements à forte notoriété (exemple des caves de Roquefort, de l'usine d'assemblage Airbus à Toulouse, ...). La part des visiteurs étrangers représente jusqu'à 50 % pour les caves. Elle est bien plus réduite pour les autres types d'entreprises qui accueillent en majorité des visiteurs régionaux. Ainsi, la visite d'entreprise s'assimile autant à une pratique de loisirs qu'à une pratique « touristique ». Outre l'offre de visite à l'année, les événements ponctuels, de type « journées portes ouvertes » obtiennent un fort succès public et médiatique. Ils permettent de sensibiliser à la fois le public local et les entreprises à la visite. Les chambres de commerce et d'industrie (CCI) s'impliquent dans le développement du tourisme industriel. Leur action peut prendre les formes suivantes : organisation d'événements de type « portes ouvertes », en coopération avec les acteurs territoriaux du tourisme ; sensibilisation, accompagnement et mise en réseau des entreprises vers l'ouverture au grand public ; sensibilisation de l'ensemble des acteurs touristiques et économiques aux enjeux de la visite d'entreprise ; création d'une labellisation « destination-entreprise » en 2003 par les CCI, reconnue par le Plan qualité tourisme en 2009 et qui possède son site Internet (<http://www.destination-entreprise.fr>). Obtenue à la suite d'un audit effectué par un cabinet référencé, cette labellisation aide l'entreprise dans l'élaboration de sa stratégie de communication et dans la mise en place du circuit de visite, lui permet de faire reconnaître la qualité de son accueil et de ses prestations. En outre, elle permet de considérer la visite d'entreprise comme produit touristique à part entière. À ce jour, 55 entreprises sont labellisées. En France, le tourisme industriel et de découverte économique offre des perspectives à plus long terme, à travers une approche plus systématique et coordonnée à l'échelle nationale des valorisations d'atouts territoriaux. Le tourisme de découverte économique peut, de plus en plus, concerner les visites en entreprises ou structures diverses (centres de recherche, pôles de

compétitivité) engagées dans des démarches partenariales. Une réflexion est entreprise par l'État dans le cadre de la stratégie tourisme développée par la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services. Elle poursuit l'objectif de faire émerger des projets d'itinéraires pilotes pour valoriser les différents atouts d'un territoire, incluant la visite d'entreprise pour construire une offre touristique originale, créatrice de valeur ajoutée.

Données clés

Auteur : [M. Éric Raoult](#)

Circonscription : Seine-Saint-Denis (12^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 88599

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 14 septembre 2010, page 9844

Réponse publiée le : 23 août 2011, page 9043