



à la rencontre de nos savoir-faire

ATELIER TOURISME DE SAVOIR-FAIRE : **Faire des entreprises des lieux de visites**

Alexis Bosson, Délégué régional d'Entreprise et Découverte
Franck Vidal, Représentant Régional Entreprise et Découverte



à la rencontre de nos savoir-faire

Entreprise et Découverte,
l'association nationale de la visite d'entreprise





Qui sommes-nous ?

- Association nationale d'intérêt général, spécialiste de la visite d'entreprise en France **depuis 20 ans**
- Expertises sur
 - le **volet tourisme de savoir-faire** (attractivité des territoires)
 - le **volet emploi et formation** (attractivité des métiers)
- Une **équipe opérationnelle** d'une douzaine de personnes, experts depuis 20 ans sur la visite d'entreprise
- Un **comité de pilotage** composé de 30 partenaires engagés, notamment des Ministères , ADN Tourisme, le label EPV, des fédérations professionnelles , des territoires , des entreprises
- **500 adhérents** constitués à 80% d'entreprises et à 20 % de professionnels du tourisme

Nos missions ?

La communication

Site internet

Campagne estivale

Guide du routard

Observatoire

L'animation de la filière et d'un réseau

Rencontres Nationales

Marque « France Savoir

Faire d'excellence »

L'accompagnement des entreprises et institutionnels du tourisme

Faisabilité

Professionnalisation

Formation





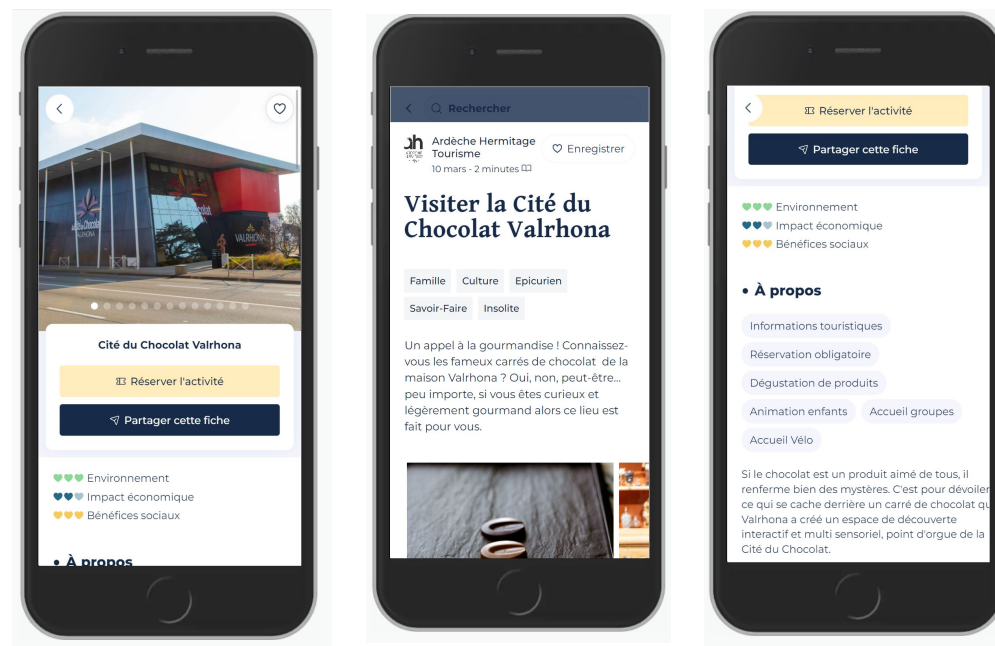
Partenaire d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Un partenariat qui a du sens

La visite d'entreprise dans la continuité du tourisme de proximité / tourisme bienveillant

Les prérequis de PARTIR ICI.fr en adéquation avec le tourisme de savoir-faire :

- Une offre originale, insolite
- Hors des sentiers battus, loin du tourisme de masse
- Valorisant le patrimoine culturel ou naturel, les spécificités et l'identité des territoires
- A la rencontre des acteurs locaux





De **l'appel à projet** de la DGE
à la création de **l'antenne régionale** d'Entreprise et Découverte
en Auvergne-Rhône-Alpes



Le groupement de l'appel à projet Tourisme de savoir-faire en 2022



MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES
ET DE LA RELANCE

Liberté
Égalité
Fraternité



MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES

Liberté
Égalité
Fraternité



MINISTÈRE
DE LA CULTURE

Liberté
Égalité
Fraternité



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE,
DE LA JEUNESSE
ET DES SPORTS

Liberté
Égalité
Fraternité

TERRE & FILS



RÉMY MARTIN



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME



NORMANDIE
TOURISME



Mission Attractivité
Hauts-de-France
Comité Régional du Tourisme et des Congrès



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Destination
occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

Tourisme
BRETAGNE



PARIS
REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



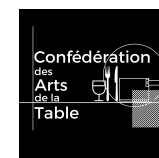
RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE



Mouvement
des Entreprises
de France



INSTITUT
NATIONAL
MÉTIER
D'ART



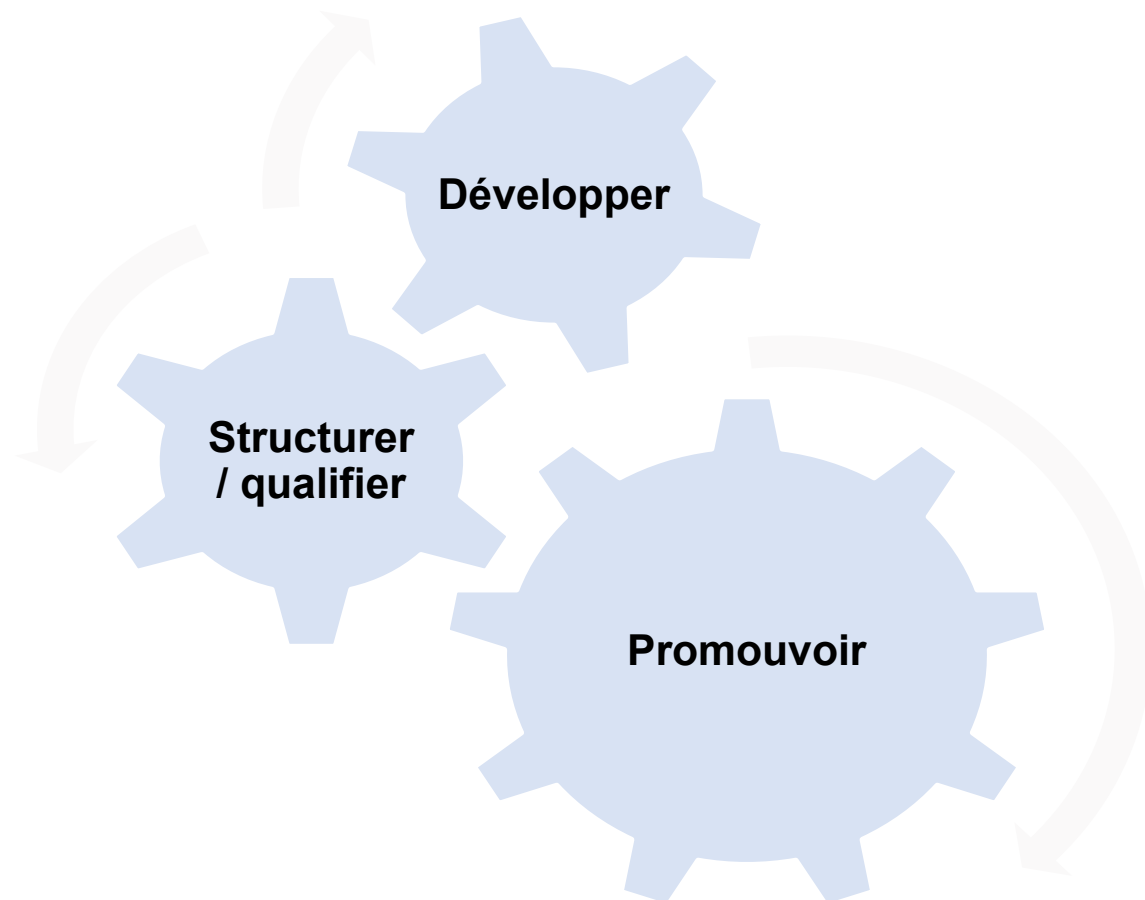
CONSEIL
NATIONAL
DU
CUIR



L'appel à projet Tourisme de savoir-faire 2021 - 2023

lancé par la Direction Générales des Entreprises

LES OBJECTIFS



LE PHASAGE

VOLET 1

Réalisation du diagnostic

VOLET 2

Elaboration des plans d'action

VOLET 3

Mise en œuvre d'actions expérimentales

VOLET 4

Inscrire ces objectifs dans la durée, notamment via la création d'antennes Entreprise et Découverte en région

VOLET OPÉRATIONNEL

Le PRTT réserve 5 millions d'euros pour soutenir ce développement



Création de l'antenne Entreprise et Découverte en Auvergne-Rhône-Alpes

■ Une région à fort potentiel ...

- La **2ème** région économique et la **1ère** région industrielle de France,
- La **2ème** région choisie par les touristes français en 2019
- **206 entreprises** accueillent **1,2 millions de visiteurs** (en 2019),
 - avec 57% des entreprises qui accueillent plus de 5000 visiteurs.
- **Des acteurs du tourisme très engagés** : l'ART (historiquement avec le réseau TISTRA) et certains OT



Création de l'antenne Entreprise et Découverte en Auvergne-Rhône-Alpes

- **...mais encore beaucoup à faire**
 - **Un potentiel à exploiter** du côté des entreprises dans tous les secteurs.
 - **Un réseau à construire:**
 - organiser un collectif,
 - des échanges,
 - des rencontres
 - **Une offre à professionnaliser et qualifier**
 - **Une communication** à mettre en place à l'échelle des destinations et du territoire
 - **Des actions à porter:** évènements, routes, packages, dispositifs en direction des jeunes, notamment dans les métiers manuels.....



Organisation et fonctionnement de l'antenne

- L'animation de l'antenne par un délégué régional
- Définition de la stratégie de l'antenne par le comité de pilotage (15 membres)
- L'antenne poursuit 4 missions autour du **volet attractivité touristique** et **volet emploi/formation** :

1. L'animation du réseau
2. L'accompagnement des entreprises
 - des audits, des formations....
3. La mise en œuvre d'actions
4. La promotion au plan territorial, national et international
 - avec le CRT et le siège ED





TÉMOIGNAGES

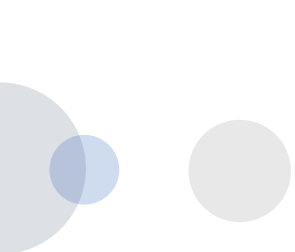
- **Sylvain Colas**, directeur de la communication et RSE à la Compagnie Nationale du Rhône (CNR)
- **Adrien Southon**, directeur de l'Office de Tourisme de Vichy



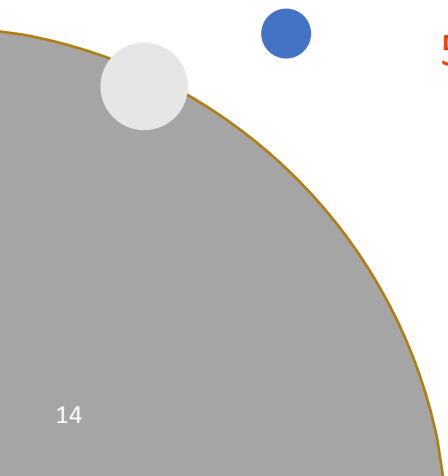
CNR

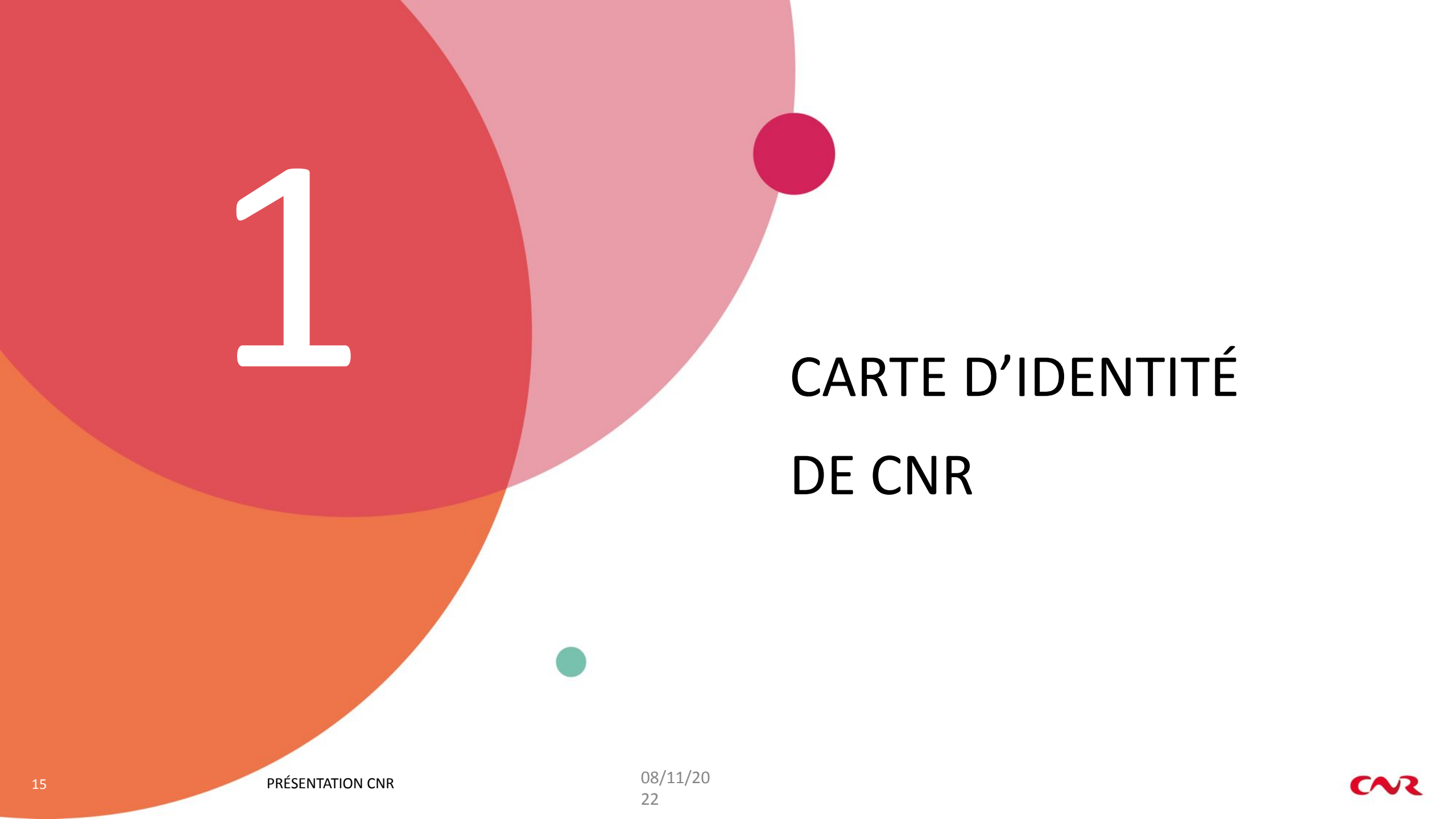
1ER PRODUCTEUR D'ÉLECTRICITÉ 100 %
RENOUVELABLE, CNR TRANSFORME L'
ÉNERGIE DE L'EAU, DU VENT ET DU SOLEIL
POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE DES TERRITOIRES

15 novembre 2022



SOMMAIRE

- 1 CARTE D'IDENTITE DE CNR
 - 2 LES ENJEUX DU TOURISME INDUSTRIEL POUR CNR
 - 3 NOTRE DEMARCHE
 - 4 NOS PARCOURS EN IMAGE
 - 5 QUELQUES CHIFFRES
- 



1

CARTE D'IDENTITÉ DE CNR

UN MODÈLE UNIQUE EN FRANCE

Une Société anonyme d'intérêt général

CNR est née en 1933 d'une idée visionnaire : confier à un seul opérateur la gestion du fleuve Rhône selon 3 missions solidaires et indissociables :

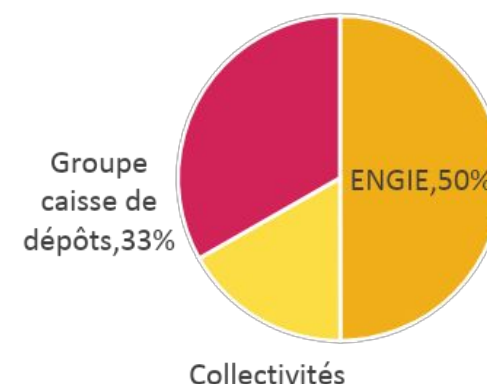
- Produire de l'hydroélectricité
- Développer le transport fluvial
- Assurer l'irrigation des terres agricoles

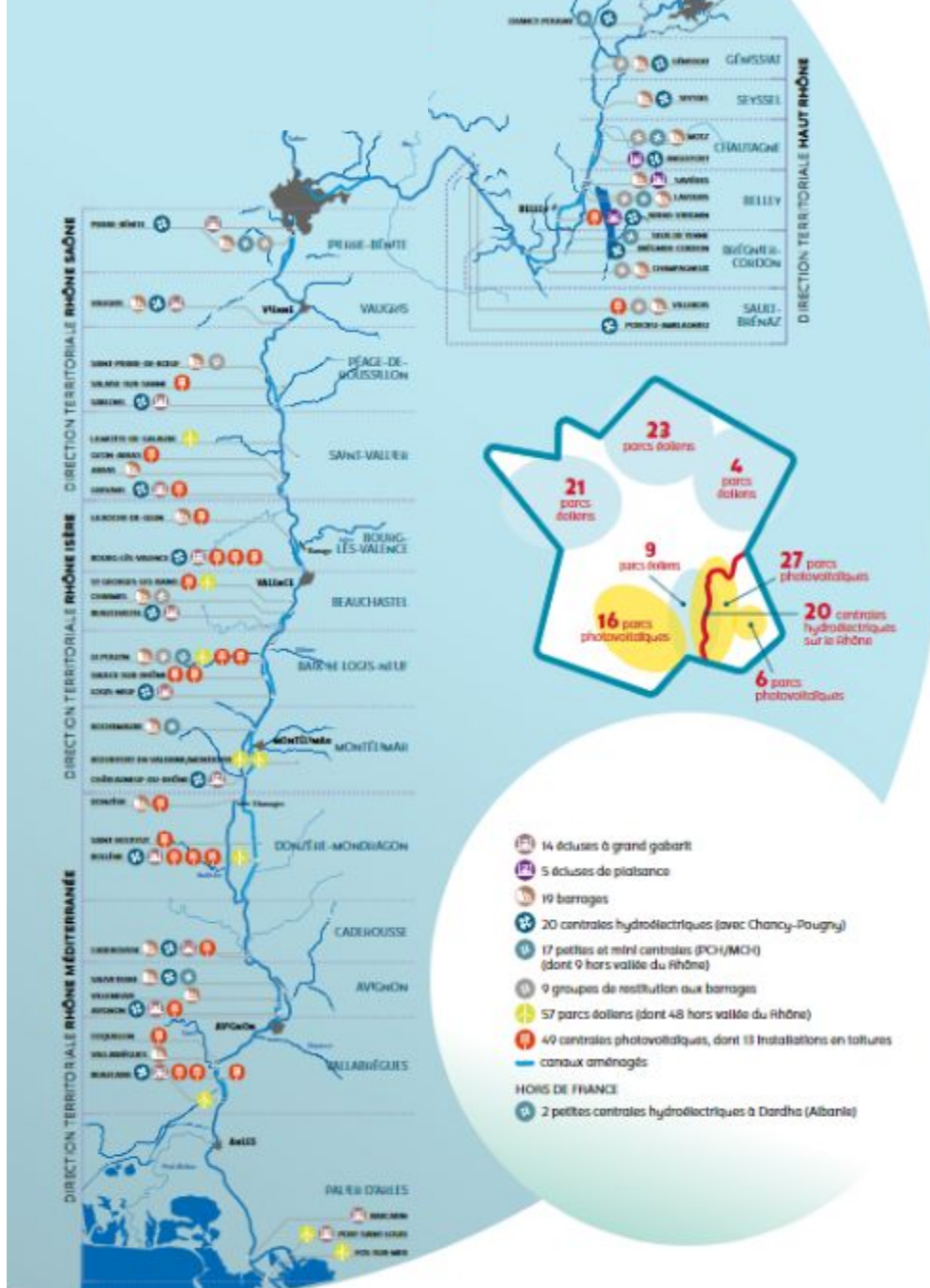
Une redistribution vers les territoires

- Financement par la production d'énergie de l'aménagement du fleuve, de la conciliation des usages et de la préservation des écosystèmes
- Association des collectivités au capital de l'entreprise pour en partager la gouvernance et la valeur.

Un capital majoritairement public

Répartition du capital





2

LES ENJEUX DU TOURISME INDUSTRIEL POUR CNR

NOS ENJEUX

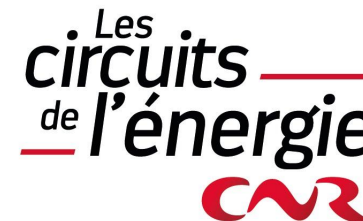
- Au titre de nos missions d'intérêt général, **répondre à un projet de territoire en lien avec le fleuve** et permettre le développement du tourisme.
- **Communiquer sur les enjeux de la transition écologique**, l'un de nos engagements de notre politique RSE, et **sensibiliser tous les publics (scolaires, familles, locaux, touristes, parties prenantes de CNR...)** sur les énergies renouvelables, les activités de CNR et la préservation de la



3

NOTRE DEMARCHE

DEMARCHE CNR (2014 - 2018)



- **Mener une étude partenariale, patrimoniale et**
avec Entreprise et Découverte pour définir
le potentiel des visites, les parcours, les publics cibles et les
partenariats à mettre en place.

- **Un appel d'offre pour la mise en place de deux parcours de
visites sur les centrales hydroélectriques de Génissiat (01) et
de Bollène (84) :**

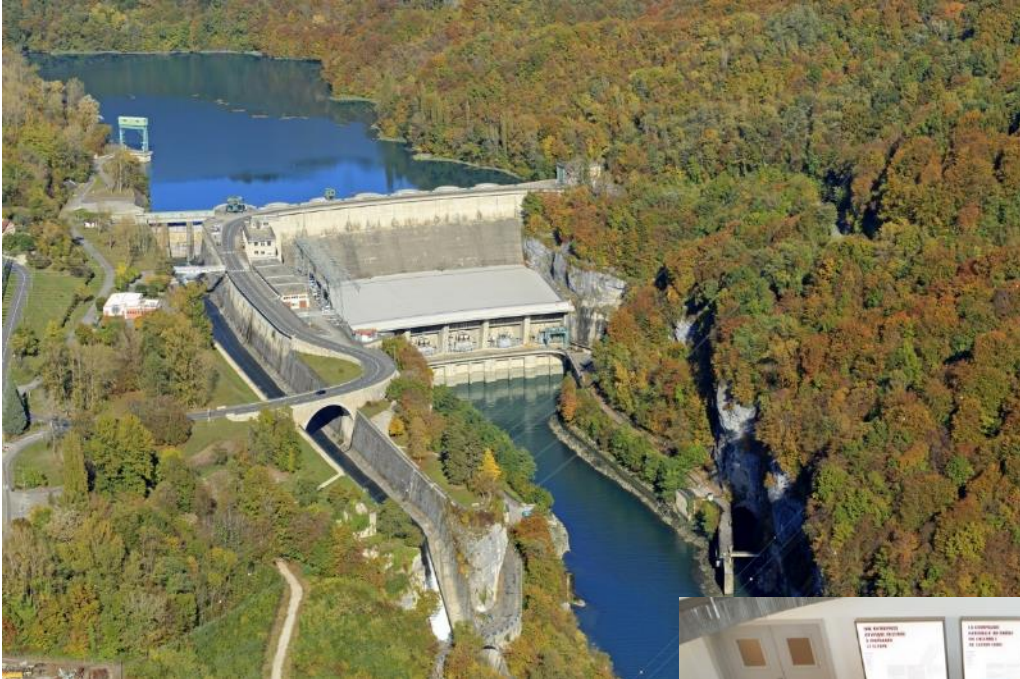
- **Etude de faisabilité, conception de la visite, scénographie, rédaction des contenus et création des parcours** avec un cabinet
d'architectes et une agence scénographique.



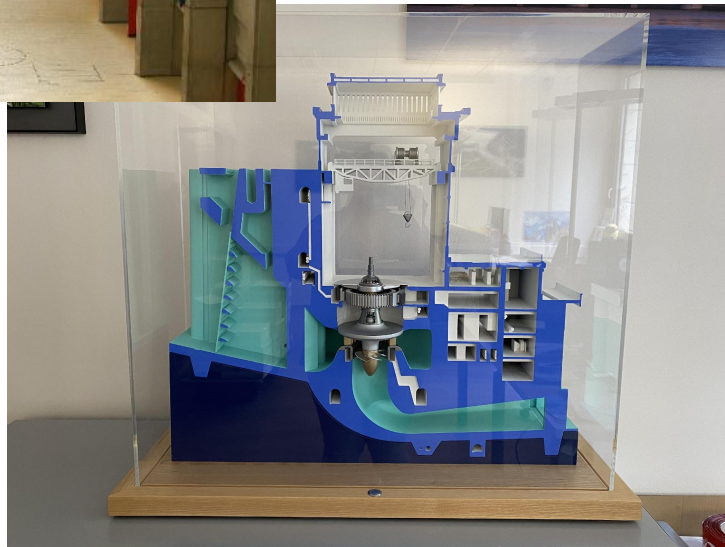
4

NOS PARCOURS EN IMAGE

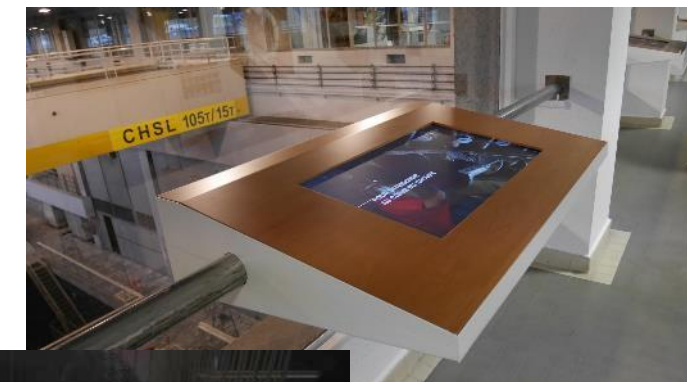
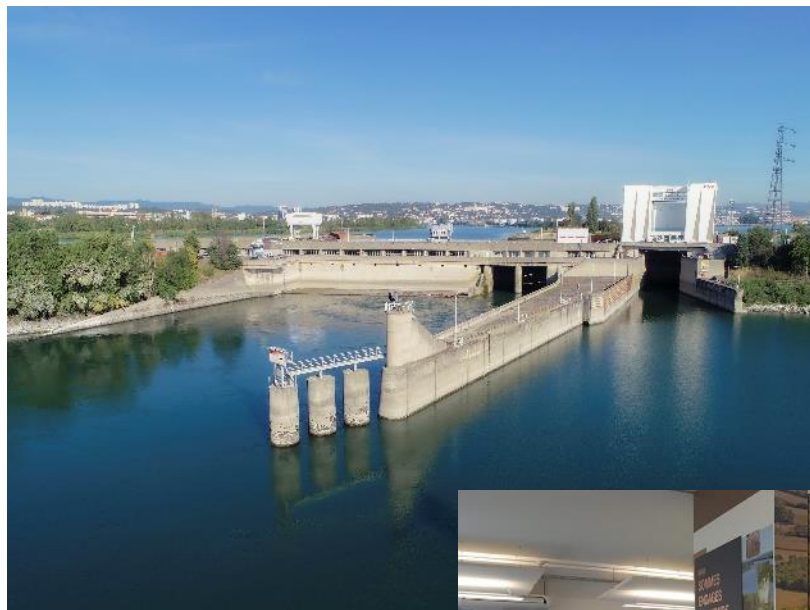
GÉNISSIAT (AIN)

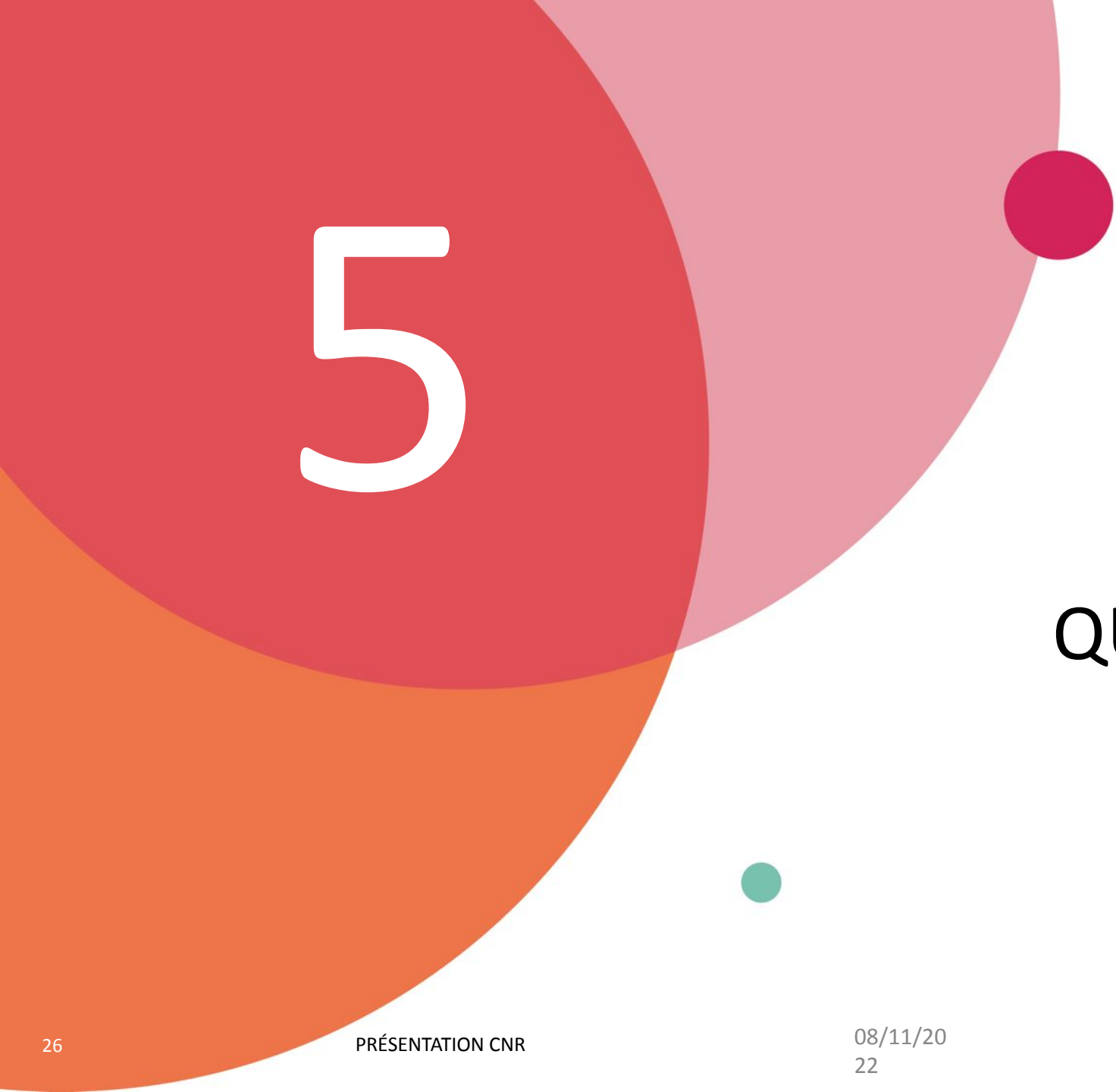


BOLLENE (VAUCLUSE)



PIERRE-BÉNITE (RHONE)





5

QUELQUES CHIFFRES

QUELQUES CHIFFRES

23 000 visiteurs
à Génissiat
depuis 2018

9
guides
conférencières

2 parcours de visite
grand public ouvert
depuis 2018

Plus de 11 200
scolaires
sur nos 2 parcours

11 500 visiteurs
à Bollène
depuis 2019

L'énergie au cœur des territoires

L'énergie est notre avenir, économisons-la !



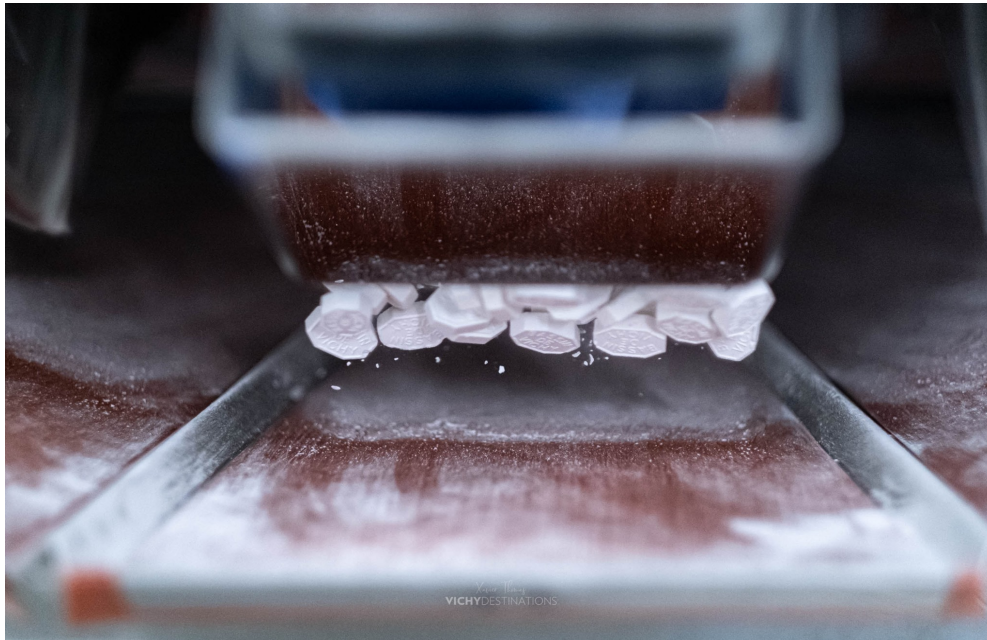
cnr.tm.fr





VICHY
*mon
Amour*

Adrien Southon
Directeur de l'Office de Tourisme de Vichy



L'EAU MINÉRALE NATURELLE
MONDIALEMENT RENOMMÉE

•

VICHY-CELESTINS

LA MEILLEURE
DES EAUX DE TABLE DE RÉGIME

•

EXIGEZ LA COLLERETTE TRICOLEURE
QUI AUTHENTIFIE LA MARQUE



Les enjeux du tourisme de la visite d'entreprise

1 Pour les publics

- Vivre une **expérience unique** avec une approche pédagogique
- Bénéficier d'une **relation privilégiée** avec l'entreprise et ses salariés
- Renforcer sa recherche d'authenticité et de transparence
- Profiter des **achats directs** de produits découverts lors de la visite, de produits exclusifs...



Les enjeux du tourisme de la visite d'entreprise

2 Pour les entreprises

- La visite d'entreprise est
 - l'outil du « **fabriqué en France** » et du circuit court
 - au cœur de l'engagement **RSE** des entreprises
 - un nouveau **centre de profit** pour l'entreprise
 - un levier de l'**attractivité des métiers** et du recrutement pour les jeunes



Les enjeux du tourisme de la visite d'entreprise

3 Pour les territoires

- Le Tourisme de savoir-faire est
 - un tourisme responsable : humain, durable, de sens
 - un véritable marqueur et aménageur du territoire
 - un tourisme pour tous: il s'adresse au publics
 - international
 - mais aussi aux locaux, quelque soit la CSP et l'âge.
 - un tourisme culturel accessible à tous



A vous de jouer !

Nous sollicitons votre contribution afin de définir ensemble les prochaines étapes de notre feuille de route.

- **Problématique n°1 : Développement et professionnalisation**

Selon vous, quelles sont les offres à mettre en place pour développer le tourisme de savoir-faire en Auvergne-Rhône-Alpes ?

- **Problématique n°2 : Promotion et valorisation**

Selon vous, quelles actions de promotion faut-il engager pour valoriser l'offre existante de la visite d'entreprise ?

/!\ Pas de contraintes de calendrier et de budget