

The background features several large, thick, red abstract shapes that resemble stylized letters or brushstrokes, scattered across the white background. These shapes are positioned around the central text and logo, creating a dynamic and modern feel.

L'AUDE
L'ÂME SUD

LE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE DANS L'AUDE

L'AUDE | Agence de
Développement
Touristique

01.

**QU'EST CE QUE
LE TOURISME
DE SAVOIR-
FAIRE**

02.

CONTEXTE

03.

**ENJEUX DU
TOURISME DE
SAVOIR-FAIRE**

04.

CHIFFRES CLES

France et
Occitanie

05.

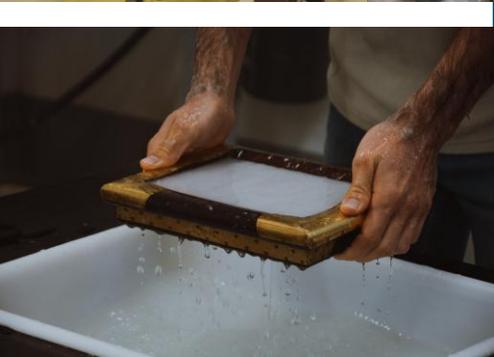
**LE TOURISME DE
SAVOIR-FAIRE
DANS L'AUDE**

Restitution du
diagnostic

**S
O
M
M
A
I
R
E**

**QU'EST-CE QUE LE
TOURISME DE
SAVOIR-FAIRE**

01.



LE TOURISME DE SAVOIR- FAIRE EST L'AUTRE NOM DE LA « VISITE D'ENTREPRISE »

Il s'agit d'un **tourisme de sens et de valeurs** qui est en capacité de **valoriser l'ensemble des secteurs professionnels et économiques** (agro-alimentaire, industrie, artisanat, btp, services, énergie, nouvelles-technologies, etc.) et qui **répond à de nombreux enjeux contemporains pour les entreprises et les territoires,**

La filière est constituée de toutes les **entreprises en activité** qui ouvrent leurs portes au public dans le cadre d'un **parcours de visite défini** (dans ou en parallèle de l'entreprise), des espaces dédiés et d'ateliers pour partager leurs savoir-faire **et leurs process de fabrication,**

Ce n'est pas un label et il n'y a pas de cahier des charges, mais plusieurs modèles, « tourisme », « entrepreneurial », « métier » et « évènementiel » qui répondent chacun à une stratégie, des cibles, le porteur (entreprise, asso...) avec des incontournables (sécurité, outils de médiation, guidage...) différents en fonction du modèle.

CONTEXTE

02.

QUELLES AMBITIONS ?

AU NIVEAU NATIONAL ET REGIONAL

En France, en 2020, dans le cadre du Plan Destination France, la Direction Générale des Entreprises a lancé un plan ambitieux pour développer la filière en France avec pour objectif de **doubler le nombre d'entreprises ouvertes au public en 5 ans**. Cette ambition est partagée par la Région Occitanie qui a inscrit dans son Pacte Vert pour l'Occitanie, la volonté d'adopter une **approche touristique, responsable, durable et locale**.

DANS L'AUDE

En 2024, le Département de l'Aude définit sa nouvelle stratégie départementale du tourisme avec une ambition forte : **créer un nouveau modèle touristique qui régénère le territoire et s'engage «positivement» dans les transitions**.

Le tourisme de savoir-faire représente une vraie alternative touristique. Il répond plus que jamais aux aspirations des touristes, mais aussi des habitants, en quête de rencontre porteuse de sens. L'Agence de Développement Touristique de l'Aude a souhaité s'engager fortement dans le développement de cette filière.



PARTENARIAT AVEC ENTREPRISE ET DECOUVERTE



En 2024, l'ADT de l'Aude confie à Entreprise et Découverte la réalisation d'un accompagnement sur la filière avec deux objectifs principaux :

- 1.** Établir un diagnostic de la situation du tourisme de savoir-faire dans l'Aude :
 - Recenser l'offre,
 - Évaluer la qualité et les besoins,
 - Connaître les pratiques,
 - Repérer les entreprises à fort potentiel.

- 2.** Rédiger une proposition de plan d'actions en capacité de répondre aux besoins exprimés par les entreprises et les institutions pour le développement, la professionnalisation et la valorisation de la filière « visite d'entreprise ».

LA FILIÈRE SAVOIR-FAIRE

Le tourisme de savoir-faire est une filière qui permet d'adopter une approche touristique responsable et locale en phase avec la stratégie touristique départementale :

- Valoriser la production locale, les métiers et savoir-faire d'excellence,
- Une communication directe avec les publics, notamment les Audois.

Un partenariat déjà affirmé :

- Collaboration avec le CRTL Occitanie dans le cadre de l'animation de filière et du Club Tourisme de savoir-faire,
- Volonté des Offices de Tourisme de l'Aude de s'inscrire dans cette démarche,
- Volonté de travailler avec les Chambres consulaires en accompagnement des entreprises.

Accompagnée par « Entreprise et Découverte », l'ADT engage le travail afin de développer, professionnaliser et promouvoir collectivement le tourisme de savoir-faire audois.



ENJEUX

03.

LES ENJEUX DE LA VISITE D'ENTREPRISE

Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour les **territoires**,
un nouveau vecteur de développement :

- **Le développement d'une nouvelle filière du tourisme culturel** : en complément de l'offre culturelle classique, des nouveaux sites à aménager et non pas à créer, distribués sur l'ensemble du département, souvent sur des espaces en marge des flux, et hors saison estivale,
- La mise en place d'**une action de marketing territorial** : créer, transformer l'image d'un territoire, permettre à la population locale de se réappropriier avec fierté son territoire,
- **La valorisation des secteurs, des métiers** porteurs auprès des jeunes,
- **L'émergence d'une filière qui répond à toutes les contraintes et opportunités post covid** : un tourisme durable et local, des rencontres humaines et authentiques qui font sens.

LES ENJEUX DE LA VISITE D'ENTREPRISE

Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour les **entreprises**,
une autre relation avec le consommateur :

- **Une communication privilégiée en direct avec le consommateur, in situ :** convaincre par la démonstration, donner confiance, créer un lien fort et durable, faire du visiteur un client fidèle, un ambassadeur. La visite d'entreprise est l'outil du fabriqué en France et des engagements RSE,
- **Une vente directe dans la boutique d'entreprise.** Le consommateur est dans les meilleures dispositions pour acheter, et la marge est maximale pour l'entreprise,
- **Un outil de management efficace.** Les salariés sont valorisés par les contenus, leur participation en qualité de guide et sur le parcours de visite,
- **Un moyen de valoriser les métiers en tension et d'avenir** auprès des publics jeunes, de susciter des vocations et de recruter.

LES ENJEUX DE LA VISITE D'ENTREPRISE

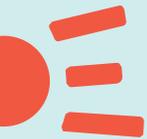
Les enjeux du tourisme de savoir-faire pour les **publics**,
une autre vision de la découverte des territoires :

- **Une réassurance sur les produits fabriqués en France :** découverte des produits en cours de fabrication, découverte des métiers et des femmes et des hommes qui fabriquent les produits, comprendre les techniques, les savoir-faire, l'histoire, les valeurs et engagements, vérifier le made in France, découvrir la culture économique d'un territoire,
- **Une expérience unique avec une approche pédagogique** où le visiteur devient acteur avec des ateliers de mise en pratique, des dégustations, des démonstrations,
- **Une relation privilégiée : la notion d'hospitalité.** Le visiteur n'est pas un simple client, c'est un ambassadeur. C'est la création d'une relation durable qui se joue lors de la visite,
- **Des achats directs de produits** découverts lors de la visite, de produits exclusifs...

LES CHIFFRES CLÉS

France et Occitanie

04.



LES CHIFFRES CLÉS EN FRANCE

Issus de l'Observatoire Entreprise et Découverte 2023

3500



**entreprises en 2022,
une augmentation de 75% en 3 ans.**

La France affirme et renforce sa place de leader de la visite d'entreprise, une véritable exception économique et culturelle française.



48%

**des entreprises
ont plus de 50 ans**

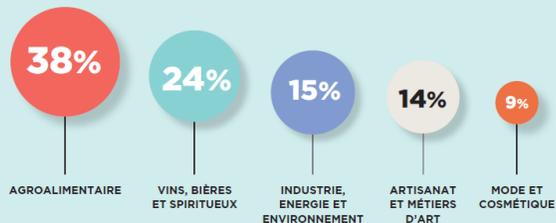
Le tourisme de savoir-faire confirme son ancrage territorial, patrimonial et culturel. 40% des entreprises disposent d'un musée d'entreprise en complément de leur offre de visite.

28%

ont 100 ans et plus

La part d'entreprises de plus de 50 ans est en augmentation constante.

La répartition des entreprises par secteurs d'activité



L'agroalimentaire est toujours en tête des entreprises les plus engagées, deux secteurs progressent par rapport à l'observatoire 2020 : "Vin, bière et spiritueux" et "Mode et cosmétique"

20 millions de visiteurs



**une augmentation
de 40% en 3 ans en 2022.**

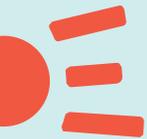
En dépit d'une année COVID en 2022 (ouverture progressive des entreprises et des frontières, jauges réduites des groupes), le public a répondu présent. Les français redécouvrent les entreprises de leurs territoires, une relation de confiance s'engage.



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

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

La Visite d'entreprise est l'outil privilégié des petites et moyennes entreprises. Pourtant 2023 est marquée par l'arrivée de grandes entreprises qui déploient leurs offres : Renault, Stellantis, Bonduelle, Petit Bateau, Danone, Boursin...



LES CHIFFRES CLÉS EN FRANCE

Issus de l'Observatoire Entreprise et Découverte 2023



Pour + de **55%**
des entreprises,
les familles
constituent
le premier
public

La visite d'entreprise intéresse les petits et les grands. C'est le moyen pour les jeunes de découvrir les savoir-faire français, l'univers de l'entreprise et de comprendre ses métiers.



Pour **70%**
des entreprises,
le premier public
est composé
des visiteurs
de la région

Le tourisme de savoir-faire est un tourisme de proximité. Il permet une reconnexion forte des habitants avec leurs entreprises.
Près de 50% des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs sur les ailes de saisons participant ainsi à la déconcentration des flux sur la période estivale.



18%
des visiteurs
sont des touristes
étrangers
(contre 21% en 2019)

65%
des entreprises sont
en capacité d'accueillir
des publics étrangers
(contre 55% en 2019)

C'est un résultat très satisfaisant compte tenu de la situation internationale contrainte en 2022. Cela confirme le caractère attractif du tourisme de savoir-faire à la française, une véritable immersion au cœur des ateliers et à la rencontre des hommes et des femmes au travail.

Le Tourisme de savoir-faire trouve son modèle économique



La Visite d'entreprise constitue aujourd'hui un nouveau centre de profit pour une part importante d'entreprises engagées.

9€
le tarif moyen
de visite contre
respectivement 35%
et 5,90 € en 2020

3500
visiteurs/an
en moyenne
accueillis par
les entreprises

85%
des entreprises
possèdent une
boutique

30%
d'augmentation
du panier moyen
post visite (par
rapport aux achats
sans visite préalable)



2 400 000
visiteurs accueillis dans
445 entreprises

Avec une augmentation de 8% du nombre de visiteurs et du nombre d'entreprises en 2 ans, l'Occitanie conserve sa place dans le top 5 des régions les mieux positionnées sur la Visite d'entreprise en France



51% des entreprises ont plus de 50 ans
26% des entreprises ont plus de 100 ans

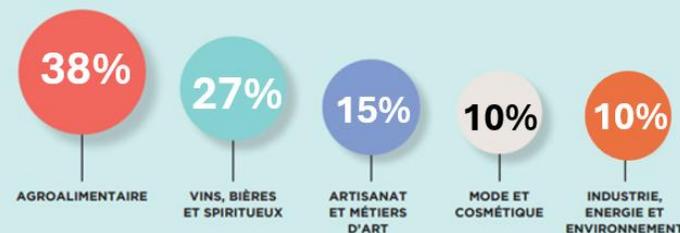
Le tourisme de Savoir-faire confirme son ancrage territorial et culturel. Les entreprises occitanes ont un engagement patrimonial fort : Les caves de Roquefort Société (1867), l'Oulibo (1942), Moulin à papier de Brousse (fin du XVIII)



47% de TPE **46%** de PME **7%** d'ETI-GE

La visite d'entreprise est un outil privilégié des petites et moyennes entreprises

La répartition des entreprises par secteurs d'activité



Le secteur agroalimentaire domine largement, conforme à la moyenne nationale (37%), marquant l'implication forte de la gastronomie dans le tourisme de savoir-faire, avec des entreprises emblématiques : Ethiquable, les caves de Roquefort société, l'Oulibo... La région se distingue par une place importante du secteur mode et cosmétique supérieure à la moyenne nationale (7%) avec des entreprises très engagées et emblématiques du territoire : Atelier Tuffery, Missègre, la Botte gardiane et le Sac du berger (filière cuir)



Le tourisme de savoir-faire est un tourisme de proximité. Il permet une reconnexion des habitants avec leurs entreprises.
Près de 35% des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs sur les ailes de saison, participant ainsi à la déconcentration des flux sur la période estivale.



Les visiteurs étrangers plébiscitent ce tourisme culturel et de sens que la France a développé dans sa forme la plus aboutie : une immersion au cœur des ateliers de production.
Un travail de promotion pourra être entrepris pour faire davantage connaître à l'international les savoir-faire occitans (18% de publics internationaux en France). La Région compte 11 entreprises de la marque France Savoir-Faire d'Excellence (entreprises d'excellence engagées dans une communication internationale) : L'Oulibo, Airbus, le Moulin à papier de Brousses, la Maison Noilly Prat...



Un chiffre conforme au résultat national, marquant l'attractivité du tourisme de savoir-faire en Occitania qui touche tous les publics et non principalement les seniors. C'est aussi pour les jeunes le moyen de découvrir les entreprises de leurs territoires et d'en comprendre les métiers.

Le Tourisme de savoir-faire trouve son modèle économique



La Visite d'entreprise constitue aujourd'hui un nouveau centre de profit pour une part importante d'entreprises engagées.



LE TOURISME DE SAVOIR- FAIRE DANS L'AUDE

Restitution du diagnostic

05.



MÉTHODOLOGIE

GROUPE PROJET PILOTÉ PAR L'ADT

PNR Corbières-Fenouillèdes,
PNR La Narbonnaise,
GAL du Pays Carcassonnais,
GAL Haute Vallée de l'Aude, GAL
Terroirs du Lauragais
OT Corbières-Salanque, OT
Pyrénées Audoises, OMT de
Carcassonne
3 Chambres Consulaires
L'Oulibo et le Moulin à papier de
Brousses

ENQUÊTES

Recensement des visites
d'entreprises régulières.

Recensement des entreprises
non-ouvertes au public : les
pépites.

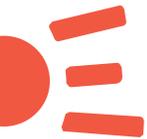
2 enquêtes auprès des entreprises
et des institutionnels par
Entreprise et Découverte, l'ADT et
les chambres consulaires.

Traitement et analyse des données
de l'enquête par Entreprise et
Découverte.

ÉCHANGES

8 visites d'entreprises « pépites »
et des entretiens téléphoniques
avec des entreprises ayant
exprimé un besoin de
professionnalisation en
collaboration entre Entreprise et
Découverte et l'ADT de l'Aude.

6 entretiens avec les membres
du groupe projet pour la co-
construction du plan d'action.



L'OFFRE RÉGULIÈRE DANS L'AUDE

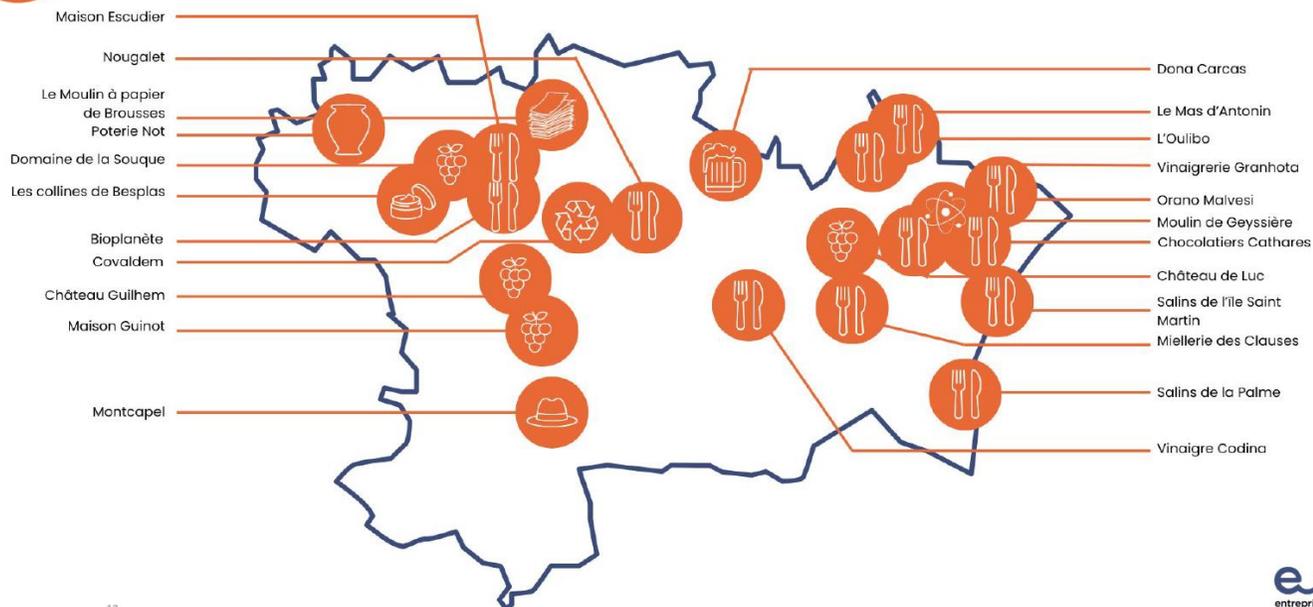
Issus du Diagnostic filière Entreprise et Découverte 2024 – ADT Aude

23

entreprises
ouvertes à
la visite
dans l'Aude

L'OFFRE RÉGULIÈRE DE VISITE D'ENTREPRISE DANS L'AUDE

**concerne une ouverture régulière de trois mois par an minimum*

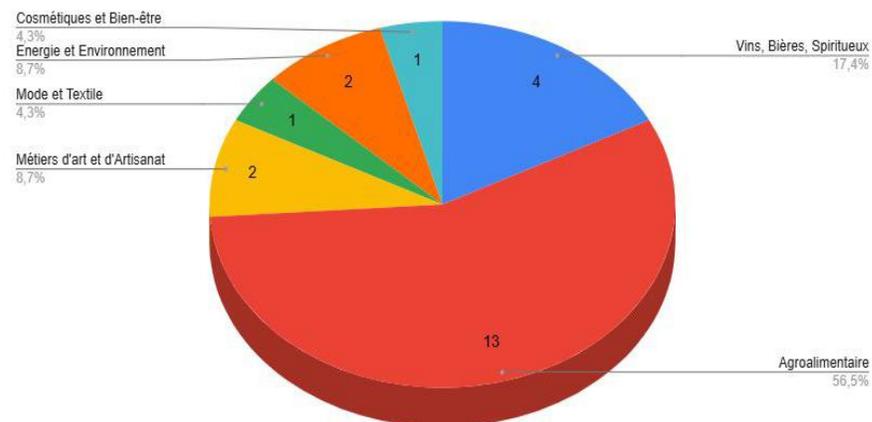


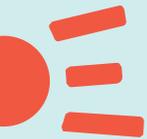
12



Une offre de tourisme de savoir-faire régulière mais peu représentée et des déséquilibres géographiques dans les zones hors des flux touristiques.

Répartition sectorielle des entreprises proposant une offre de visite régulière





LES CHIFFRES CLÉS DANS L'AUDE

Issus de l'Observatoire Entreprise et Découverte 2023-2025 et Diagnostic filière



23 entreprises ouvertes au public



56%
agroalimentaire



17,4%
Vins, bières et spiritueux



9%
Métier d'art et artisanat



89% des
entreprises proposent
des visites en langue
étrangères (vs 65% au
niveau national et 75%
au niveau régional)



85% des
entreprises disposent
d'une boutique



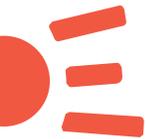
42% de visites
gratuites pour un public
individuel (visite guidée
individuelle) (vs 50% au
niveau régional et 35% au
niveau national)



50% des
entreprises ne disposent
pas d'un document ou
discours de visite pour les
guides (vs 44% au niveau
régional).



27% des
entreprises ont une
ressource dédiée au
pilotage et la gestion des
visites (vs 35% au niveau
national)



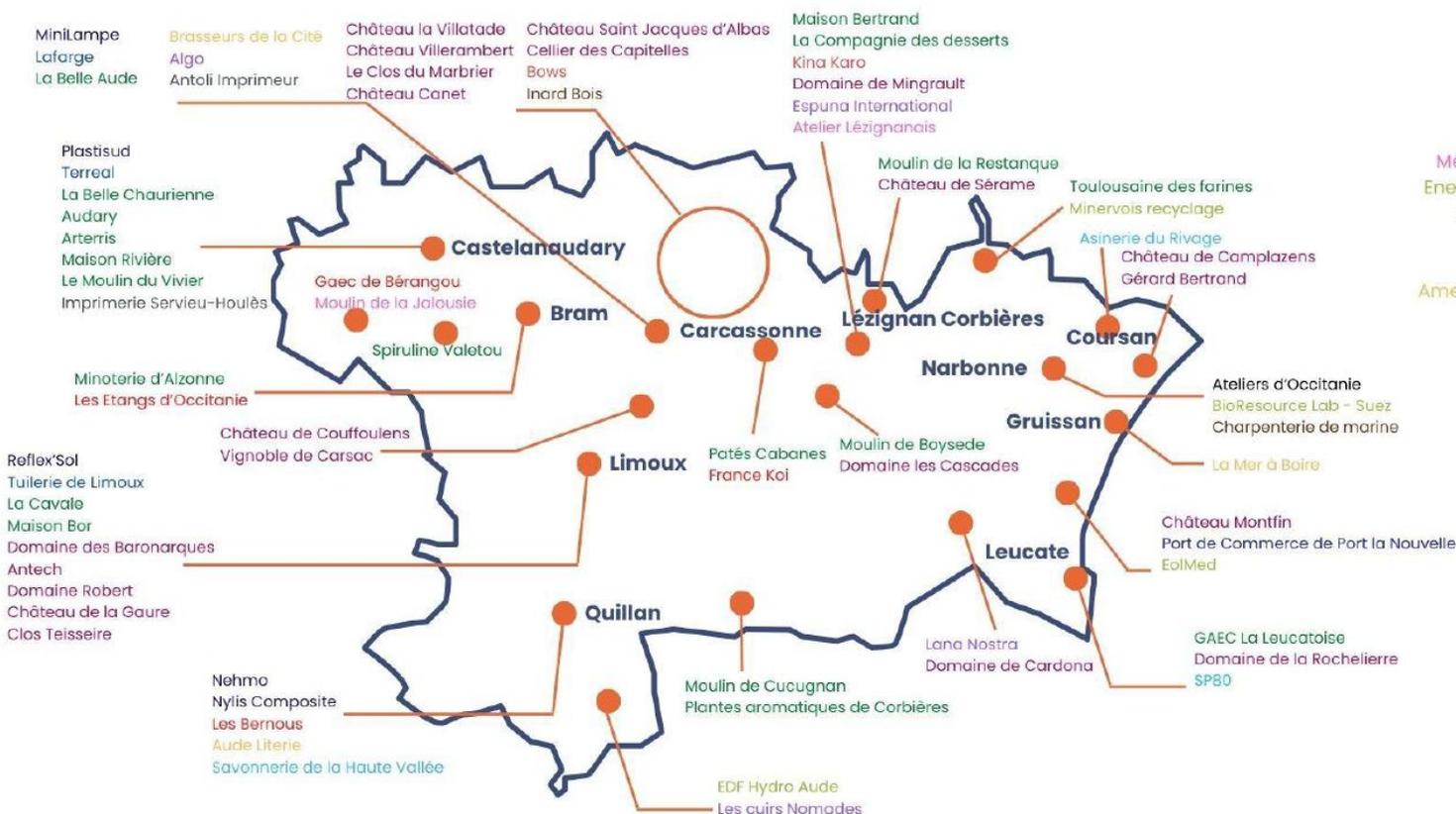
LES CHIFFRES CLÉS DANS L'AUDE - LES PEPITES

Issus du diagnostic E&D – ADT Aude

Près de
90
entreprises
pépites
identifiées

IDENTIFICATION DE L'OFFRE À DÉVELOPPER : UN POTENTIEL EXCEPTIONNEL SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

liste non exhaustive



- LEGENDE**
- Viticulture
 - Spiritueux
 - Brasserie
 - Bois
 - Cosmétique & santé
 - Plasturgie
 - Imprimerie
 - Agroalimentaire
 - Métiers d'art & artisanat
 - Energie & environnement
 - Carrière et matériaux
 - Cuir et textile
 - Ferme et élevages
 - Ameublement décoration
 - Transport
 - Marché de gros
 - Sport et Cycles



LES ENTREPRISES PÉPITES PAR SECTEURS DANS L'AUDE

Issus du diagnostic E&D – ADT Aude



90 entreprises pépites

DONT



27

**Filière
agroalimentaire**



32

**Filières
Viticole, Brasserie et
spiritueux**



7

**Filière
Artisanat et
métiers d'art**



5

**Energie
Environnement**

Un potentiel de développement très important identifiées principalement dans l'agroalimentaire, la viticulture, mais également la mode & textile, l'énergie et environnement, etc.

Ces potentiels concernent la totalité du territoire audois et représentent des secteurs emblématiques et porteurs.

L'AUDE

Agence de
Développement
Touristique



Conseil Départemental - Allée Raymond Courrière - 11855 Carcassonne Cedex 9
Tél. 04 68 11 66 00 - e-mail : n.brevet@audetourisme.com
pro.audetourisme.com

Crédits photos : Marie Hazan Chilowe, ADT Aude

pro.audetourisme.com