

## Tourisme économique, tourisme patrimonial : une frontière parfois ténue



Les caves de Bouvet-Ladubay



Maison Ackerman



Les caves de Grenelle

u'y a-t-il de commun entre les marais salins de Guérande, des caves de vins à bulles, des champignonnières du Saumurois et des chantiers navals ? Ces produits et activités font partie du « top 10 » des entreprises les plus visitées des Pays de la Loire. Aujourd'hui, la visite d'entreprises complète naturellement les offres touristiques traditionnelles. Elle permet au grand public d'accéder à des savoir-faire ancestraux comme à de nouveaux métiers, mais aussi de mieux comprendre les process de fabrication et le rôle joué par l'entreprise sur son territoire. Cette forme de tourisme a attiré en 2014 en France plus de 13 millions de visiteurs<sup>(1)</sup>. Côté acteurs, ouvrir ses portes au public permet d'améliorer l'image de marque en jouant sur la carte de la transparence et de la proximité avec le consommateur-visitateur, d'améliorer la visibilité, de fidéliser les clients, d'augmenter l'activité et le chiffre d'affaires, de faire découvrir des secteurs d'activité parfois méconnus.

En région Pays de la Loire, près de 400 000 personnes en 2014 ont visité une entreprise (soit + 29 % par rapport à 2013). La visite d'entreprises, une

pratique touristique qui tend de plus en plus à se démocratiser. En 2015, l'association « Visitez nos entreprises en Pays de la Loire »<sup>(2)</sup> publiait un classement des 10 entreprises les plus visitées dans la région. Parmi ces entreprises ligériennes, 6 se trouvent dans le Saumurois dont la Maison Bouvet-Ladubay (Saumur), classée 2<sup>ème</sup> devant les chantiers Navals de St Nazaire. Une légitime fierté pour le Saumurois ? Certes, avec toutefois un bémol : si Bouvet-Ladubay ou d'autres maisons à bulles (Ackerman, La Veuve Amiot...) mais également la champignonnière du Saut aux Loups s'affichent dans le « haut du panier » (devant Airbus...) et sont effectivement des entreprises, il faut raison garder, remettre cela dans son contexte et prendre le recul nécessaire. En effet, la frontière entre un tourisme dit de découverte économique et patrimonial ou culturel est souvent ténue. Une entreprise peut être à la fois un lieu de visite touristique et un site de découverte économique. Ce qui est le cas pour des entreprises ancrées territorialement depuis des années qui mettent avant tout en lumière un savoir-faire parfois ancestral qui (loin d'être accessoire) grâce à ces visites, permet également de vendre leurs produits.

Ce qui n'est pas le cas d'une usine marémotrice, d'Airbus ou des Chantiers navals (où l'on est davantage dans une logique de valorisation de savoir-faire et de compétences techniques pointus) qui n'ont rien à vendre sauf aux Emirats arabes, à l'Inde... (pour les Airbus), à la Russie (pour les frégates).

Pour Thierry Lacombe, Directeur de l'Office de Tourisme du Saumurois, les champignonnières et maisons de vins sont avant tout des sites touristiques valorisant un savoir-faire artisanal ou industriel emblématique. « Les visites des caves de Saumur représentent un tiers des visites touristiques de la ville. Au-delà de leur poids économique, elles sont un puissant vecteur d'image pour le territoire. Ouvertes toute l'année, elles constituent une offre touristique patrimoniale, permanente et qualitative qui rencontre son public, local, national et international. Le visiteur est souvent un consommateur du produit final. C'est

plus rarement le cas pour une entreprise strictement industrielle comme les Chantiers Navals de St-Nazaire. Dans nos supports de communication, elles ne sont d'ailleurs pas présentées sous l'angle de visites d'entreprises. L'offre patrimoniale du Saumurois est telle que nos visiteurs n'expriment pas spontanément le souhait de visiter des entreprises. Le tourisme de découverte économique est donc une réalité qui ne s'affiche pas en tant que tel ». À juste titre, Thierry Lacombe souligne ce qui lui semble être parfois un abus de langage ou une sémantique inadaptée. « Les visites d'entreprises relèvent-elles toujours du champ du tourisme ? Notre expérience nous a montré qu'une opération événementielle menée dans ce domaine (Escapade Saumur Entreprises) pour valoriser nos fleurons industriels ne touchait qu'un public local qui n'avait aucune motivation touristique. Ce qui fait la force des visites d'entreprises que sont nos maisons de fines bulles ou cham-

**« Les visites des caves de Saumur  
représentent un tiers des visites  
touristiques de la ville »**

pignonnières, c'est avant tout la dimension identitaire de leurs produits et la relation directe producteur-consommateur. Ce classement est néanmoins intéressant car il montre que le tourisme ne se réduit pas à la visite de châteaux ou de musées. Le tourisme, c'est aussi l'activité économique présente. Même si nous sommes fiers de voir certaines entreprises saumuroises devant des fleurons de l'industrie française, nous devons remettre ce classement dans son contexte ».

Pas moins de 42 000 visiteurs en 2014, un beau succès d'estime pour la Maison Bouvet-Ladubay qui se place ainsi 2<sup>ème</sup> du classement régional des entreprises les plus visitées. Un succès qui ne doit rien au hasard mais à un important investissement humain depuis trente ans, date à laquelle les visites ont été initiées.

« Nous avons dédié à cette activité de visite une équipe de 5 salariés (sur 50 salariés), comme l'explique Juliette Monmousseau, directrice de la Maison fondée en 1851. La visite des caves, une excellente vitrine pour la marque mais également pour le patrimoine saumurois. Est-ce pour autant un tourisme de découverte économique ? « Notre Maison cultive depuis toujours l'art de recevoir. Nous nous retrouvons davantage dans l'idée d'un tourisme patrimonial en faisant découvrir au public un lieu qui a une histoire, un savoir-faire de plusieurs générations en nous adressant à tous les publics ». Ce public que Bouvet-Ladubay conquiert un peu plus chaque année, c'est aussi le fait d'une offre constamment renouvelée : visite des caves traditionnelle ou plus insolite, à vélo. A l'automne dernier, Bouvet-Ladubay a mis en place une nouvelle offre de visite. « Il s'agit de la visite « Patrimoine ». Il sera possible de visiter notre bibliothèque d'étiquettes anciennes et nos archives, de découvrir, voire de toucher, d'anciens registres d'expédition, de découvrir ainsi davantage notre Maison. Le succès de ces visites tient aussi

au fait que les gens aujourd'hui recherchent des sociétés ancrées territorialement dans l'Histoire. La notion de partage autour du vin est également un thème fédérateur. La notion de tourisme de découverte économique nous va bien aussi. Les vins effervescents et fines bulles de Loire en particulier connaissent un vrai développement. Il est bien de le faire savoir. Ce classement permet de mettre en évidence que notre secteur est une activité économique importante et pas uniquement l'image d'Epinal que l'on peut en avoir. J'aime à dire que notre plus grand magasin, c'est ici à Saumur qu'il se trouve<sup>(3)</sup> ».

Entre autres explications à l'essor du tourisme de visite d'entreprises, selon Juliette Monmousseau, le fait que le consommateur aujourd'hui a envie de voir, de savoir. « Il faut être transparent. Pour les générations précédentes il n'était pas dans les usages qu'une entreprise ouvre ses portes au public, ses caves pour une entreprise viticole comme la nôtre. Le consommateur est de plus en plus connaisseur et c'est tant mieux car il fera les bons choix, recherchera la qualité, connaîtra les secrets de fabrication. Dans le domaine du vin, il y a toujours un esprit un peu mystérieux, voire magique qui fascine toujours ».

Les visites d'entreprise sont amenées à devenir un élément majeur du développement territorial. Illustration avec le rapport du Conseil national du tourisme qui a souligné, entre autres, le rôle de l'Aérospatiale qui confère à la ville de Toulouse ainsi qu'à toute la région Midi-Pyrénées, l'image d'un territoire dynamique axé sur la haute technologie.

#### Marianne Bourgeois

(1) : Source : Atout France

(2) : L'association « Visitez nos entreprises en Pays de la Loire » (VNE) accompagne les entreprises régionales dans leur ouverture au public. Elle reçoit le soutien de la Région des Pays de la Loire et de la CCI Pays de la Loire. Aujourd'hui une cinquantaine d'entreprises ligériennes sont membres de ce réseau régional.

(3) : 180 000 bouteilles y sont vendues chaque année

### Le top 10 des entreprises les plus visitées de la région Pays de la Loire\*

1. TERRE DE SEL  
78 000 visiteurs
2. BOUVET LADUBAY  
42 110 visiteurs
3. CHANTIERS NAVALS STX France  
31 630 visiteurs
4. ACKERMAN  
30 000 visiteurs
5. CHAMPIGNONNIERE DU SAUT AUX LOUPS  
25 000 visiteurs
6. LA VEUVE AMIOT  
20 205 visiteurs
7. LES CAVES LOUIS DE GRENELLE  
20 000 visiteurs
8. AIRBUS ST-NAZAIRE  
17 840 visiteurs
9. LE LACTOPOLE  
17 000 visiteurs
10. CONFISERIE BONTE PINSON / LA CAVE VIVANTE DU CHAMPIGNON  
13 000 visiteurs

\* Chiffres déclaratifs des entreprises pour 2014

#### CONTACT CCI

Sylvain Dourneau  
sylvain.dourneau@maineetloire.cci.fr  
02 41 20 49 96