

BASSE - NORMANDIE

Avis

du Comité

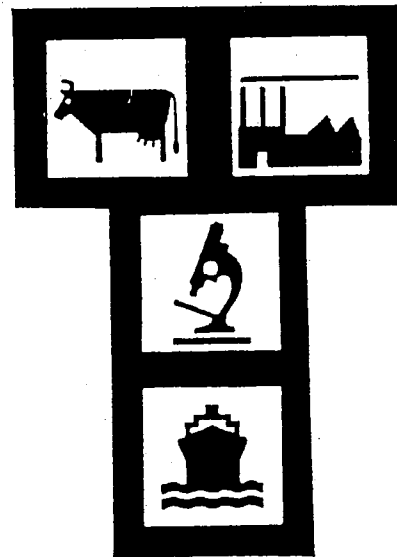
Economique

et Social

sur

LE TOURISME

TECHNIQUE



EN BASSE - NORMANDIE

Session du 8 décembre 1988

Le Comité Economique et Social de Basse-Normandie s'est réuni en session ordinaire le 8 décembre 1988, à l'Abbaye-aux-Dames, sous la présidence de M. BRIER, à l'effet notamment d'émettre un avis sur le tourisme technique en Basse-Normandie, sujet de saisine du Comité.

LE COMITE ECONOMIQUE ET SOCIAL DE BASSE-NORMANDIE,

- Après avoir confié à la Commission n° 3 "Aménagement de l'espace urbain, rural et maritime - Tourisme - Habitat" le soin d'étudier cette question ;

- Après avoir pris connaissance du rapport de la Commission n° 3 intitulé "le tourisme technique en Basse-Normandie" ;

- Après avoir entendu l'avis de cette Commission spécialisée ;

- Après en avoir délibéré ;

A D O P T E, à l'unanimité moins 9 abstentions, l'avis ainsi rédigé et amendé :

"L'activité touristique, telle qu'elle est généralement conçue, a pour supports la mer, le milieu rural ou le patrimoine. Pour autant, la découverte d'un pays peut aller au-delà de ces formes d'activités touristiques traditionnelles. Visiter une région, c'est aussi apprendre à connaître son économie, découvrir ses richesses scientifiques, techniques et industrielles. Cette forme de tourisme désormais qualifiée de "technique" s'inscrit d'ailleurs tout à fait dans le mouvement actuel en faveur des loisirs actifs et de découverte.

Dans ce domaine, la Basse-Normandie semble posséder des potentialités intéressantes. Sa tradition agro-alimentaire et maritime, ses industries de pointe, notamment dans le domaine nucléaire, représentent des atouts de qualité. Ainsi, l'essor du tourisme technique pourrait apporter au tourisme bas-normand une facette supplémentaire et novatrice. De plus, cette forme très spécifique de tourisme est susceptible d'engendrer des retombées positives pour les entreprises et pour la promotion globale de la Basse-Normandie.

C'est pourquoi le Comité Economique et Social de Basse-Normandie a décidé de procéder à une étude du tourisme technique au plan régional, en retenant la définition suivante :

"Le tourisme technique est une forme de tourisme à destination du grand public, qui a pour cadre des réalisations ou des sites de caractère économique, généralement des entreprises, dans des conditions de production".

L'ANALYSE DU TOURISME TECHNIQUE EN BASSE-NORMANDIE

Pour procéder à cette analyse et en raison de la quasi-absence de statistiques et de données disponibles, un questionnaire détaillé a été élaboré et adressé à environ 850 entreprises régionales (1). Quoique fragmentaires, les renseignements obtenus au travers des 184 réponses retournées, ont permis au Comité d'esquisser un premier portrait du tourisme technique en Basse-Normandie.

(1) - 620 entreprises de plus de 50 salariés, 140 entreprises artisanales, 80 entreprises de toutes tailles déjà répertoriées sur des listes officielles comme étant ouvertes au public. Il faut signaler que l'investigation a été relativement peu poussée chez les entreprises de moins de 50 salariés, y compris les entreprises artisanales.

1. Les entreprises concernées

Il ressort de l'étude que 130 entreprises régionales ouvrent leurs portes aux touristes. Ce sont principalement des entreprises spécialisées dans l'agro-alimentaire qu'elles soient du secteur agricole, artisanal ou industriel. Compte-tenu des traditions et des vocations économiques de la Basse-Normandie, cette relative spécificité doit être considérée comme normale et ce d'autant plus qu'elle répond à la demande traditionnelle des touristes. Cependant, l'examen de l'ensemble des activités concernées permet aussi d'affirmer que peu de secteurs restent imperméables au tourisme technique. Ainsi, il est tout à fait possible de visiter des entreprises ayant trait à l'aquaculture, à la production d'énergie, à la production de matériaux de construction ou aux transports.

Les entreprises ouvertes au public et aux touristes sont majoritairement de petite taille : 42 % d'entre elles emploient moins de 10 salariés. Il est même certain qu'une investigation plus poussée auprès des petites entreprises révélerait une proportion encore plus importante.

2. La localisation des entreprises

La localisation des entreprises faisant du tourisme technique met en évidence deux zones plus densément équipées : d'une part, l'ensemble du département de la Manche et, d'autre part, la région caennaise. Le département de la Manche, selon les résultats de l'enquête, dispose de la moitié des entreprises ouvertes au public, soit 64 sur 130. Cette proportion étonnante est due à une amorce d'organisation puisque la Manche possède les deux seuls circuits de tourisme technique existant en Basse-Normandie : la Route de la Table (9 établissements) et l'Association des Artisans d'Art de la Manche (23 membres). Concernant le département du Calvados, il convient de signaler également que les quelques entreprises ouvertes au public dans le Pays d'Auge enregistrent une importante fréquentation.

3. La fréquentation

Le dépouillement des réponses apportées au questionnaire a permis de chiffrer à 285 000 le nombre de visites enregistrées en 1987 dans les entreprises et établissements bas-normands (2). Encore ne s'agit-il que d'une estimation puisque sur 130 entreprises ouvertes au public, 40 n'ont pas répondu

(2) - Non compris les journées portes-ouvertes et les visites professionnelles.

au questionnaire et 38 n'ont pas pu fournir au Comité une information, même approximative, sur le nombre de visiteurs accueillis. Par extrapolation, on peut considérer que 500 000 personnes visitent chaque année les entreprises bas-normandes, soit autant que la fréquentation annuelle des musées de la Ville de Bayeux.

Les touristes orientent leurs visites vers les petites entreprises -celles de moins de 20 salariées absorbent 75 % de la fréquentation totale- et vers les établissements à vocation agro-alimentaire qui accueillent un visiteur sur deux.

Enfin, il convient de signaler qu'à l'heure actuelle la fréquentation s'effectue majoritairement sous forme de groupe. Ceci facilite l'accueil et permet généralement aux entreprises de limiter les perturbations occasionnées par l'ouverture au public.

4. La pratique du tourisme technique

L'analyse des réponses apportées au questionnaire a également permis de mettre en évidence le caractère relativement récent de la pratique du tourisme technique en Basse-Normandie. Ainsi, 51 % des entreprises recensées exercent cette activité depuis moins de 10 ans. Le corollaire de cette faible antériorité dans la pratique est un manque de professionnalisme de la part des entreprises concernées, tant dans la qualité des visites que dans les domaines de la promotion, de la commercialisation et des relations avec les institutions du tourisme.

5. Les obstacles au tourisme technique

Les obstacles au développement du tourisme technique sont généralement inhérents à l'activité même des entreprises et a priori difficiles à surmonter : perturbation de la production, secret professionnel, faible intérêt de l'activité exercée au plan de la visite, sécurité et inadaptation des locaux. Il faut ajouter, notamment pour les entreprises agro-alimentaires, les problèmes croissants posés par le respect de règles d'hygiène de plus en plus exigeantes.

*
* *
*

/...

Pourtant, malgré sa jeunesse, son importance relative et son manque de professionnalisme, le tourisme technique peut devenir un secteur d'avenir. Les excellents résultats enregistrés par certaines entreprises dans ce domaine sont encourageants - 9 d'entre elles ont accueilli plus de 10 000 visiteurs en 1987- et ont valeur d'exemple.

Trois raisons supplémentaires militent également en faveur du développement du tourisme technique en Basse-Normandie :

- de nombreux secteurs d'activité ne sont pas encore suffisamment sensibilisés à cette forme de tourisme ;
- le tourisme technique reste à développer au sein des entreprises régionales de taille moyenne et grande ;
- il constitue une forme de diversification de l'activité des entreprises.

DES PROPOSITIONS EN FAVEUR D'UN DEVELOPPEMENT DU TOURISME TECHNIQUE EN BASSE-NORMANDIE

Le développement du tourisme technique présenterait, au plan régional, trois avantages :

- pour les entreprises bas-normandes et leur notoriété ;
- pour la Basse-Normandie et sa promotion globale à travers ses produits et ses activités économiques, et notamment industrielles ;
- pour le tourisme bas-normand en élargissant l'éventail d'activités offert aux touristes.

Ces avantages ne sont, jusqu'à présent, que faiblement exploités. Pourtant, le Comité estime qu'il est possible de mettre en oeuvre aux plans régional et départemental un certain nombre d'actions de nature à favoriser l'émergence du tourisme technique en Basse-Normandie.

1. Recenser les entreprises concernées

Il est tout d'abord indispensable de procéder à une enquête auprès de la totalité des entreprises régionales. Cette procédure, lourde,

/...

permettra de connaître avec exactitude quelles entreprises ouvrent leurs portes au public. Elle permettra également d'analyser les conditions dans lesquelles le public est accueilli et facilitera la mise au point d'un cahier des charges du tourisme technique que les entreprises concernées devront respecter. Les organisations syndicales et les instances représentatives doivent y être associées. Cette investigation sensibilisera enfin les responsables d'entreprises à cette forme de diversification de leurs activités.

Le Comité considère que cette première tâche doit être accomplie par les instances consulaires, syndicales et professionnelles.

2. Informer les professionnels et le public

La prise en compte du tourisme technique en tant qu'élément à part entière du tourisme régional dépend particulièrement de l'importance de la fréquentation enregistrée dans les entreprises. Afin de l'améliorer, il faut faire connaître les entreprises ouvertes au public. Ceci est d'autant plus nécessaire que les informations existantes sont actuellement dispersées, peu accessibles et incomplètes. A titre d'exemple, l'enquête partielle menée par le Comité Economique et Social a permis de découvrir 45 entreprises non recensées dans les documents de promotion actuellement disponibles.

Il faut donc réaliser un guide régional destiné aux professionnels du tourisme afin d'augmenter, dans les meilleurs délais, la fréquentation des entreprises. Il faut aussi éditer des dépliants départementaux à destination du grand public.

Ces deux actions -enquête exhaustive et édition de documents d'information- sont indispensables pour provoquer un "décollage" de la fréquentation et pour attirer, par voie de conséquence, l'attention sur le tourisme technique. Il faut signaler que cette facette du tourisme est encore peu développée en France et qu'il est donc relativement facile de se placer favorablement sur ce segment du marché touristique.

3. Mettre en place une aide au conseil

Pour répondre à la demande des entreprises et donner au tourisme technique bas-normand une qualité irréprochable, il semble également nécessaire de prévoir une aide au conseil se traduisant concrètement par la création d'un poste d'assistant technique.

Cette personne serait chargée de la poursuite des actions de sensibilisation, de l'évaluation de la faisabilité des projets, de l'instruction des dossiers, de la coordination des actions et d'un suivi de la politique globale menée en ce domaine. Cette assistance technique devra être orientée en priorité vers les entreprises de tailles petite et moyenne dont les besoins en la matière s'avèrent importants. Le financement de cet emploi pourrait être multipartite (Conseil Régional, instances consulaires et touristiques).

4. Améliorer les conditions de visite

L'ouverture au public d'une entreprise exige généralement certains aménagements afin de limiter la perturbation de la production et de respecter les règles d'hygiène et de sécurité.

En outre, la description ou la protection de certains procédés de fabrication requièrent des moyens audio-visuels. L'utilisation de ces médias (vidéo notamment) répond par ailleurs à la demande actuelle du public et aux besoins de promotion des entreprises.

Le coût souvent élevé de l'aménagement des sites de production ou de l'acquisition de moyens audio-visuels peut se révéler dissuasif et inciter le chef d'entreprise sensibilisé au tourisme technique à différer ou à abandonner ses projets d'ouverture. A cet égard, le Comité pense que la mise en place d'un fonds régional d'aide à l'équipement touristique des entreprises pourrait jouer un rôle incitateur remarquable.

Le recours à un tel fonds permettrait aussi de fixer certaines règles en matière de visite et donc d'instituer une obligation de qualité vis-à-vis des entreprises.

5. Promouvoir le tourisme technique

Le développement du tourisme technique nécessite évidemment un support promotionnel important. Outre les actions citées précédemment, spécifiques à l'édition d'un guide et de dépliants du tourisme technique, il est indispensable que le Comité Régional de Tourisme et les Comités et Offices Départementaux de Tourisme renforcent leurs actions de promotion en direction du tourisme technique et en liaison avec les entreprises concernées.

Ces cinq propositions peuvent aussi être accompagnées d'actions concrètes :

- mise en oeuvre de journées portes-ouvertes au niveau de plusieurs cantons ou d'une petite région ;
- création de circuits spécifiquement techniques (par exemple, l'agro-alimentaire dans la région de Saint-Lô ou le travail des métaux dans la région de Flers) ou intégration de visites d'entreprises dans des circuits touristiques traditionnels ;
- création de quelques points forts spécialisés dans le tourisme technique. Il s'agirait, dans un périmètre limité, d'offrir la visite de plusieurs entreprises exerçant des activités similaires ou complémentaires. Ainsi, on pourrait envisager la constitution d'un point fort dans le domaine de la pêche à Port-en-Bessin ou dans le domaine agro-alimentaire à Isigny-sur-Mer.

En conclusion, le Comité a le sentiment que le développement du tourisme technique en Basse-Normandie est possible. Certaines entreprises régionales sont tout à fait aptes, sous réserve d'un effort d'organisation et d'un professionnalisme accru, à répondre à la demande très réelle du public et des touristes en la matière. Il faut donc convaincre les chefs d'entreprises, les pouvoirs publics et les acteurs institutionnels du tourisme de l'utilité de développer le tourisme technique, à la fois comme révélateur de la diversité des activités économiques régionales et comme élément de promotion touristique et économique susceptible d'améliorer l'image de marque de la Basse-Normandie".

Le Président,

Max-André BRIER

