

Développement d'une offre de TOURISME de DÉCOUVERTE ECONOMIQUE



LE TOURISME DE DÉCOUVERTE ECONOMIQUE (TDE) C'EST QUOI ?



Le tourisme scientifique

- Muséums, musées techniques
- Parcs scientifiques, sites d'interprétation et d'animation à caractère scientifique
- Sites de patrimoine scientifique
- Centres de recherche



Le tourisme de patrimoine industriel

- Musées de collections relatives à une activité industrielle
- Sites industriels, musées de sites, cités ouvrières
- Musées d'interprétation du patrimoine industriel, écomusées



Le tourisme d'entreprise

- Il s'agit de la mise en tourisme de sites en activité
- Entreprises des secteurs agroalimentaire, énergétique, de l'environnement et de construction
 - Artisanat

REMERCIEMENTS AUX PARTENAIRES ET ENTREPRISES

L'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa région remercie les partenaires financeurs du projet, les partenaires du comité de pilotage ainsi que les entreprises qui ont pris part au développement de la nouvelle offre de Tourisme de Découverte Economique depuis les premières réflexions en 2011.



LE COMITÉ DE PILOTAGE

La Région Alsace / Le Pays de la région mulhousienne / L'OTC de Mulhouse et sa région / Mulhouse Alsace Agglomération (m2A) / Porte de France Rhin Sud Communauté / La ville de Mulhouse / La Chambre des Métiers / La CCI Sud Alsace / Le Comité Régional du Tourisme (CRT), maintenant l'Agence d'Attractivité d'Alsace (AAA) / Haute-Alsace Tourisme - Agence de Développement Touristique 68 (ADT) / La mission Ville d'art et d'histoire de la Ville de Mulhouse (VAH)

LES ENTREPRISES

PSA Peugeot Citroën / Sellerie Erkel / Alsatextiles / DMC / De Fil En Aiguille / Ouatinage d'Alsace / Kelnet / Emmanuel Lang / Corderie Meyer Sansboeuf / Brasserie de Saint-Louis / Domaine de Hombourg / Sources de Soultzmatt / Journal L'Alsace / Rector Lesage / Sogea Est / Station d'épuration et usine d'incinération de Sausheim / Plateforme de Distribution et de Préparation du Courrier de Mulhouse / Voies Navigables de France - Ecluse principale de Niffer / Port d'Ottmarsheim / MHI Equipement Alsace / Soléa / Entreprise Wehr / SNTM / Euro TF / Sericenter / Velcorex / Cave Materne Haegelin / Domaine Klein / Station d'épuration d'Issenheim / Lk Sodag / Choucrouterie Claude / Micro-brasserie du Rhin / Pôelier Céramiste Spenlehauer - Spiess / Vitraux d'art Lieby

LES PARTENAIRES

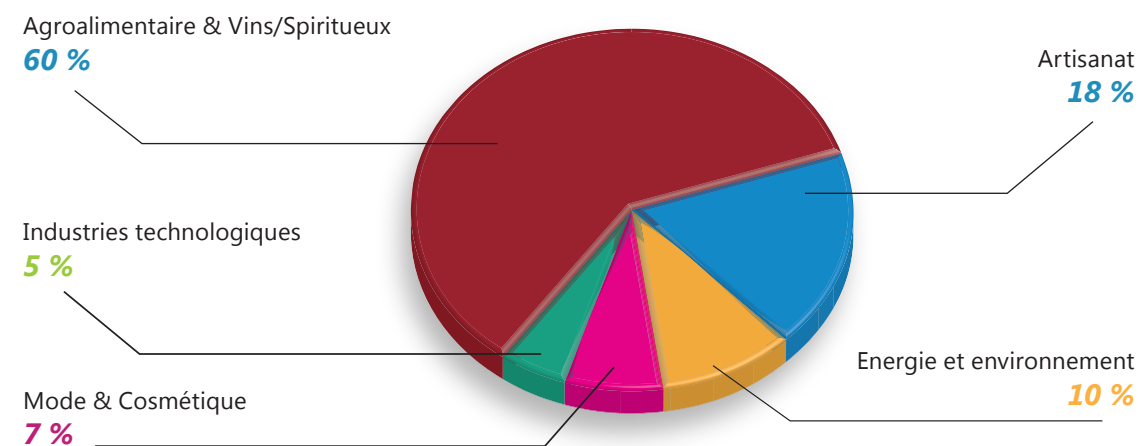
Office de Tourisme de Guebwiller - Soultz et des Pays du Florival / Office de Tourisme du Sundgau / Office de Tourisme de Thann-Cernay



CONTEXTE NATIONAL

Les formes du TDE sont multiples et portées par tout type d'acteurs économiques et touristiques. La visite d'entreprise, notamment avec l'engouement du « Made In France », est en constante augmentation : en 2014, on compte plus de 13 millions de visiteurs dans les 2500 entreprises ouvertes régulièrement au public en France, soit 10% d'augmentation par rapport à 2013 ⁽¹⁾.

Les secteurs d'activité les plus impliqués

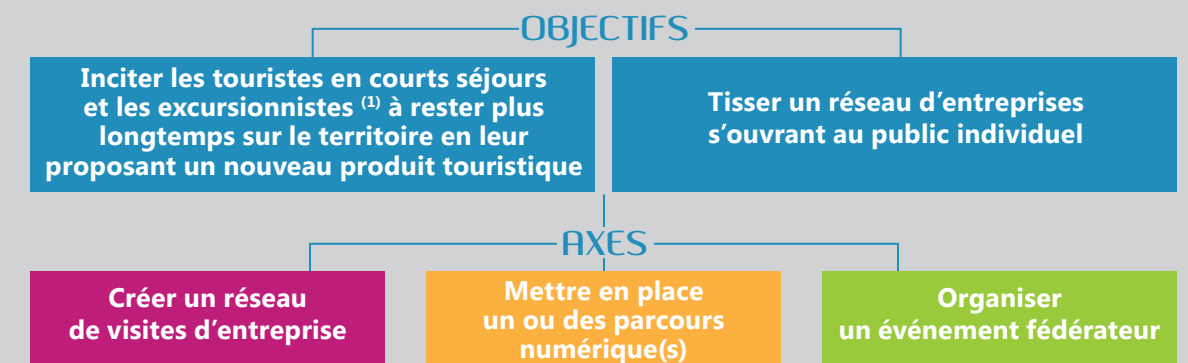


⁽¹⁾ Sources : Association de la Visite d'Entreprise qui a pour objet la valorisation et la communication de la visite d'entreprise en France, à travers entre autres, le portail entrepriseetdecouverte.fr

LE DÉVELOPPEMENT D'UNE NOUVELLE OFFRE TDE, UN PROJET DE TERRITOIRE

Rappel du calendrier

2011 - 2012	Etude de faisabilité par le cabinet Planeth initiée par le Pays de la région mulhousienne
2012	Résultats pertinents de l'étude : l'OTC désigné comme maître d'ouvrage du projet
2013 - 2015	Embauche d'une chargée de développement et financement triennal à hauteur de 300 000 € par la Région Alsace, le Pays de la région mulhousienne et m2A autour de 2 objectifs et 3 axes de développement :



Rappel des enjeux du projet ⁽²⁾

- Donner un accès grand public au Tourisme de Découverte Economique
- Créer des parcours à différentes échelles sur le territoire du Pays de la région mulhousienne, faire une place à l'événementiel, aux animations
- Structurer les acteurs du Tourisme de Découverte Economique pour proposer une offre globale et cohérente à l'échelle du territoire
- Valoriser le patrimoine industriel et économique, les savoir-faire et compétences, mais aussi les pôles de compétences et les actions de recherche / innovation présentes sur le territoire
- Contribuer à renforcer l'image de modernité et d'innovation du territoire de Mulhouse et de sa région

⁽¹⁾ Selon l'OMT, un touriste est une personne qui passe une nuit hors de chez lui. Un excursionniste est un visiteur à la journée. Pour le projet, les excursionnistes sont des visiteurs en provenance d'Alsace, hors Pays de la région mulhousienne.

⁽²⁾ Cf. Etude PLANETH. Rapport dernière phase



Voies Navigables de France

DES RÉSULTATS, UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE

L'originalité du projet réside dans le fait qu'il a cherché à créer du lien entre l'histoire industrielle du territoire et les entreprises d'aujourd'hui aux savoir-faire traditionnels, parfois d'excellence, et innovants.

L'offre de visites d'entreprise s'est ainsi construite autour des filières économiques ⁽¹⁾ du territoire : l'automobile, le textile, l'agroalimentaire, le développement durable, le BTP, l'impression et l'artisanat. Elle complète l'offre TDE déjà existante à travers les musées dit « techniques » et le patrimoine industriel.

Le choix des entreprises partenaires s'est basé sur leur lien avec le territoire, leurs histoires et leurs valeurs. Ainsi, comme 38 % des entreprises ouvertes au public en France ⁽²⁾, plus du tiers des entreprises partenaires sont familiales, ou implantées depuis plus de 50 ans sur Mulhouse et sa région.

Axe 1 Organiser et structurer une offre de visites d'entreprise

Aujourd'hui, une trentaine d'entreprises volontaires, représentatives de 7 filières emblématiques du territoire, constitue l'offre de visites d'entreprise de Mulhouse et du Sud-Alsace. Afin de structurer une offre pérenne, plusieurs modes de fonctionnement, tarifs et prestataires de commercialisation ont été testés pendant trois ans. En voici les principaux résultats.

Le fonctionnement de la visite

On distingue deux modes de fonctionnement :

- Les entreprises qui gèrent leurs offres de visites elles-mêmes et proposent des visites toute l'année : certaines ont une personne en interne dédiée à la gestion des visites (individuels et groupes). Ce fonctionnement s'avère le plus efficace.
- Les entreprises qui proposent des visites dans le cadre du programme saisonnier de l'OTC : pour la majorité des entreprises, il n'est pas possible de proposer plus de visites en raison de leur activité. La réservation passe donc par l'OTC.

Afin d'atteindre les touristes et excursionnistes, mais aussi le public local, la période de programmation a été fixée de juin à septembre, en laissant le choix aux entreprises de programmer leurs visites en fonction de leur activité.

Après le test du gratuit, puis du tout payant, les entreprises ont désormais le choix : les visites gérées via l'OTC sont payantes, au tarif unique de 4,50 € (gratuités pour les moins de 12 ans). Les autres fixent leur tarif en fonction de leurs objectifs.

Afin de rendre autonome le système de réservation, les visites payantes sont commercialisées sur le site Internet de l'OTC et la plateforme de réservation Destination Haute-Alsace (DHA) ⁽³⁾ : en 2015, plus de 90 % des visites ont été réglées sur internet ou par téléphone, contre 50 % en 2014.



Port d'Ottmarsheim



Sources de Soultz-matt

Les supports de communication

L'offre de visites d'entreprise est désormais incluse dans le guide touristique de l'OTC et s'intègre dans l'offre touristique globale du territoire.

Le TDE est présenté sur une page dédiée du site internet de l'OTC, et les critères développés dans le LEI ⁽⁴⁾ sont accessibles aux Offices de Tourisme qui le souhaitent. La visite d'entreprise a désormais sa rubrique sur le site tourisme-alsace.com.

Deux films de promotion ont été réalisés, l'un mettant l'accent sur les entreprises, l'autre, sur l'offre globale du TDE. Tous deux sont visibles sur la chaîne YouTube de l'OTC / Visit Mulhouse.



L'application Mulhouse Terre D'Expériences, via la signalétique à l'entrée des sites partenaires, renforce la visibilité de l'offre.

Les visiteurs

D'abord essentiellement de proximité, le public d'excursionnistes et de touristes s'est peu à peu développé, jusqu'à représenter plus de la moitié des visiteurs en 2015 ⁽⁵⁾.

La presse, le bouche à oreille et les événements thématiques ont beaucoup contribué au développement du public sur l'ensemble de la région Alsace. L'engouement du public est significatif, puisque 30 % des visiteurs en 2015 (contre 23 % en 2014) sont en revisite ⁽⁶⁾. Le renouvellement de l'offre est toutefois essentiel.

Autre évolution, le public accueilli : la proportion du public entre 30 et 60 ans a augmenté de près 10 points entre 2014 et 2015, tout comme la part des personnes venues en famille avec des enfants. La visite d'entreprise attire donc un public divers, et n'est donc pas « réservé » aux plus de 60 ans.

Enfin, le public fait part d'un taux de satisfaction de 95 % sur les 3 ans.



Rector Lesage



Ets Erkel

⁽⁴⁾ LEI : Lieu d'Echange et d'Information : c'est le nom du Système d'Information Touristique d'Alsace alimenté par tous les OT de la région. Les informations remontent ensuite sur les différents sites.

⁽⁵⁾ La provenance de 2015 a été calculée sur les réservations effectuées sur DHA, soit environ la moitié des visiteurs. Celles de 2013 - 2014, sur la base des questionnaires diffusés.

⁽⁶⁾ La revisite concerne les visiteurs ayant déjà participé aux visites l'année précédente.

⁽¹⁾ Excepté la chimie et l'électronique

⁽²⁾ Sources AVE

⁽³⁾ Destination Haute-Alsace SAS est une agence de voyage spécialiste des vacances dans le Haut-Rhin



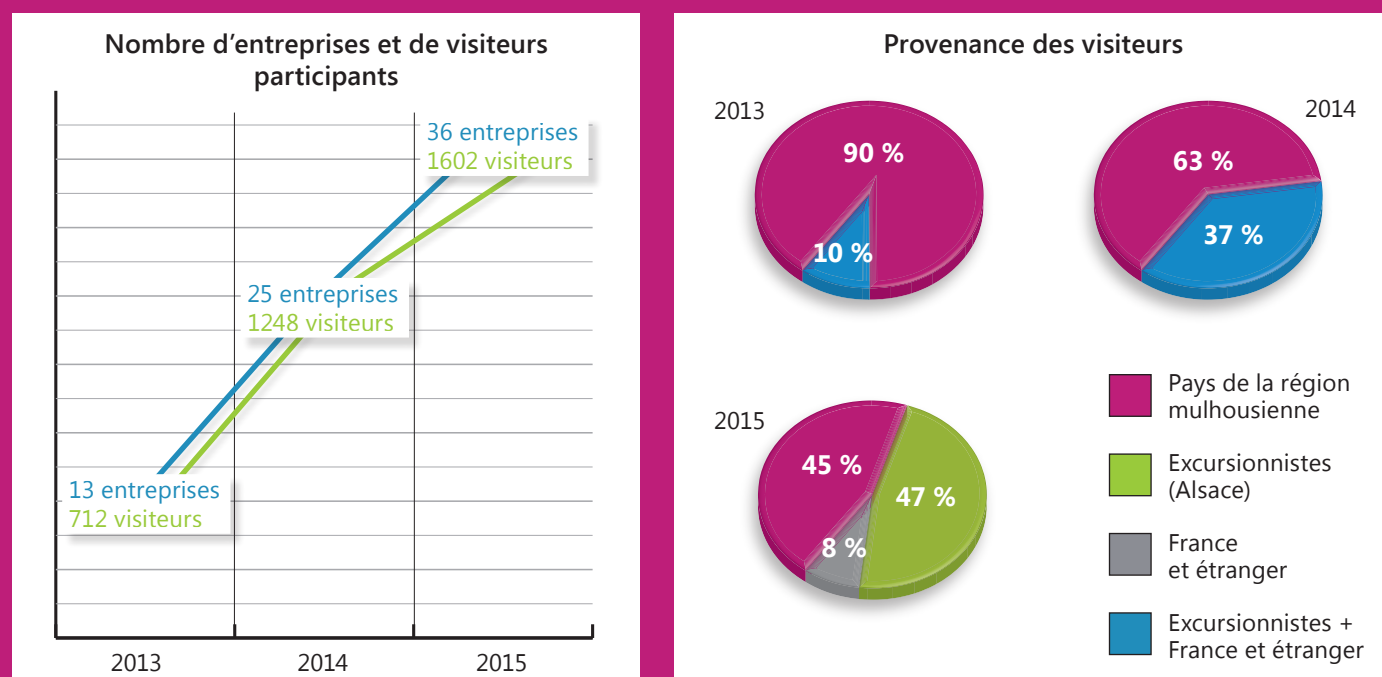
DES RÉSULTATS, UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE

DES RÉSULTATS, UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE

Les retombées directes et indirectes

Même s'il est difficile aujourd'hui de calculer l'impact des retombées économiques de ces visites sur le territoire, on peut toutefois confirmer que les entreprises sont satisfaites de leur participation. Ce projet leur a permis de faire connaître leurs métiers, produits et savoir-faire à un public plus large que celui accueilli dans le cadre des visites de groupe, ou lors d'événements comme la Semaine de l'Industrie et de l'Artisanat.

Evolution des entreprises et du public sur l'ensemble des visites d'entreprises recensées par l'OTC sur le Pays de la région mulhousienne



Parallèlement, les demandes de visites d'entreprise pour les groupes (associations, CE, scolaires) se développent, tout comme les sollicitations de la part des journalistes. Mulhouse et sa région sont de plus en plus identifiées comme point d'intérêt pour la visite d'entreprise en Alsace. Promouvoir la filière du TDE permet ainsi de démontrer le dynamisme économique du territoire.



Mettre en place un / des parcours numériques

Axe 2

L'application mobile *Mulhouse, Terre D'Expériences* a été développée avec l'objectif de relier et mettre en valeur les 3 filières du TDE. En utilisant les dernières nouvelles technologies (QR Code et NFC), il s'agissait aussi de promouvoir le passé et le présent innovant et créatif de Mulhouse et sa région.

L'application est une application **embarquée, trilingue et gratuite**. Elle fonctionne sans réseau, grâce au pré-chargement des données et utilise le LEI pour actualiser automatiquement son contenu.

Une quarantaine de cibles-signalétiques sont en place à l'entrée des sites partenaires ⁽¹⁾ permettant, grâce aux tags NFC et QR Codes, d'accéder à l'information du site même lorsque celui-ci est fermé.

La visite virtuelle à 360° est également accessible pour une dizaine d'entreprises et vient améliorer l'expérience utilisateur en renforçant l'accès aux entreprises lorsqu'elles ne proposent pas de visites.



Un menu simple permet d'accéder aux :

Filières locales
les musées, entreprises et patrimoine industriel sont présentés à travers les filières emblématiques du territoire.

Sites à découvrir
l'ensemble des sites est classé par musées, entreprises et patrimoine industriel.



Visites guidées
l'ensemble des visites d'entreprise, visites payantes et gratuites, labellisées Ville d'art et d'histoire en cours ou à venir y est répertorié.

Autour de moi
grâce à la géolocalisation, l'utilisateur peut choisir son parcours par thématique ou sites à découvrir et y accéder via la fonctionnalité Vialsace.

⁽¹⁾ Sites partenaires : musées techniques, sites de patrimoine industriel, entreprises

Le nombre de téléchargements, actuellement de 540, pourrait être développé avec une communication plus soutenue, notamment de la part de l'ensemble des partenaires institutionnels et touristiques.

DES RÉSULTATS, UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE

Axe 3 Organiser un événement fédérateur

Plutôt que d'initier un nouvel événement ex-nihilo, l'OTC a préféré se joindre aux événements déjà existants dans le domaine du tourisme de découverte économique : la Fête du Patrimoine Industriel, créée par le Parc de Wesseling et la Semaine Alsace terre textile, créée par le Pôle textile Alsace.



La Fête du Patrimoine Industriel (FPI)

Organisée depuis 8 ans chaque 1^{er} week-end de juillet, la FPI s'est étendue en 2014 avec la participation d'entreprises de Mulhouse et sa région. Elle se déroule désormais la 1^{ère} semaine de juillet, avec l'objectif de promouvoir le patrimoine industriel du Grand Est, grâce à 3 règles d'or :

- proposer des visites guidées gratuites,
- faire découvrir un trésor caché,
- le tout dans une ambiance festive et ludique.

Le réseau atteint aujourd'hui plus de 40 sites du Grand Est. En moyenne, les sites partenaires de l'OTC pour l'événement

accueillent 250 visiteurs pendant les visites guidées.

L'OTC sollicite également des partenaires culturels (comme La Filature, le Label Ville d'art et d'histoire, le projet Openparc ou la Cité du Train en 2015) et accueille une exposition et une conférence sur la thématique.

Ainsi, l'événement a permis la création de nouvelles synergies entre les acteurs culturels, touristiques et économiques du territoire.

Plus d'infos : <http://patrimoineindustriel.wix.com/fete>

La Semaine Alsace terre textile

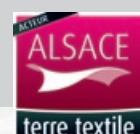
L'OTC, en tant que premier partenaire touristique du label Alsace terre textile, accompagne le Pôle textile Alsace dans l'organisation de la Semaine Alsace terre textile, pendant laquelle une dizaine d'entreprises proposent une visite gratuite.

Une occasion exceptionnelle, pour des entreprises industrielles, de faire découvrir leur savoir-faire, parfois d'excellence, et le développement d'une production locale. En moyenne, plus de 300 visiteurs sont accueillis pendant cette semaine.

A cette occasion, l'OTC accueille une exposition thématique et une boutique éphémère de produits finis labellisés.

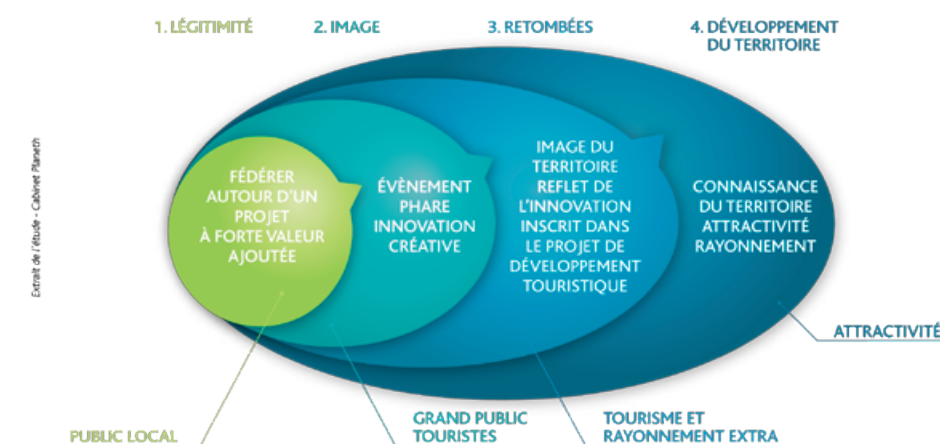
A noter que le Pôle textile Alsace a initié la création d'une Route Textile qui relie les communes où sont implantées les entreprises acteurs du label, et qui est amenée à se développer.

Plus d'infos : alsaceterretextile.fr



PERSPECTIVES LE TDE DANS LE SUD-ALSACE ET EN ALSACE

En trois ans, le projet a permis de créer et de structurer une offre de visites d'entreprise avec un mode de fonctionnement opérationnel, même s'il reste aujourd'hui à optimiser l'outil de réservation. La synergie et les liens entre les acteurs culturels, touristiques et économiques ont été initiés et renforcés à travers la création de l'application et le développement des événements.



Le poste créé pour la durée de l'expérimentation au sein de l'OTC (et qui s'arrête en décembre 2015), lui permet de bénéficier aujourd'hui d'une expertise. Il en retire un enseignement, un savoir-faire et un réseau qu'il peut transmettre aux autres Offices de Tourisme, afin qu'ils prennent le relais sur leur territoire. Des outils méthodologiques réalisés par l'OTC vont leur être transmis à cet effet.

Fort de ces résultats, le TDE a été intégré comme filière à développer dans le cadre du second objectif de la stratégie 2015 - 2017 de l'OTC : proposer une offre touristique au départ de Mulhouse. La collaboration avec les Offices de Tourisme limitrophes a commencé, créant une véritable filière touristique dans le Sud-Alsace qu'il convient de pérenniser.

Parallèlement, on note que la région Alsace possède le plus grand nombre d'entreprises ouvertes à la visite en France, avec 86 sites référencés par l'AVE. Issues en grande partie de la filière agroalimentaire, viticole et énergie, les 10 premières visites d'entreprise et centres d'interprétation alsaciens ont accueilli à eux seuls plus de 275 000 visiteurs en 2014 ⁽¹⁾.

Dans le même esprit que la Route des Vins, devenue un des emblèmes touristiques de l'Alsace, la filière brassicole alsacienne souhaite la création d'une Route de la Bière. Seize brasseries sont déjà référencées sur le site tourisme-alsace.com. La développer pourrait créer une nouvelle filière de « brassitourisme » ⁽²⁾



Brasserie Saint-Louis

⁽¹⁾ AVE, Tourisme Industriel, le top 10 des entreprises Alsace 2015 entrepriseetdecouverte.fr

⁽²⁾ L'Express, 2 octobre 2015, En Alsace, le renouveau de la bière

⁽³⁾ Cf. « 19 mesures en faveur du développement du tourisme de savoir-faire et de sa promotion à l'international »

Le projet de développement d'une nouvelle offre TDE se clôt sur un bilan positif. Dans le même temps, le développement et la promotion de la visite d'entreprise, aussi appelée « tourisme de savoir-faire », fait désormais partie des nouveaux Pôles d'Excellence Touristique souhaité par le Ministère des Affaires étrangères et du développement international ⁽³⁾.



+33 (0)3 89 35 48 48
info@tourisme-mulhouse.com

