

# L'envers du décor

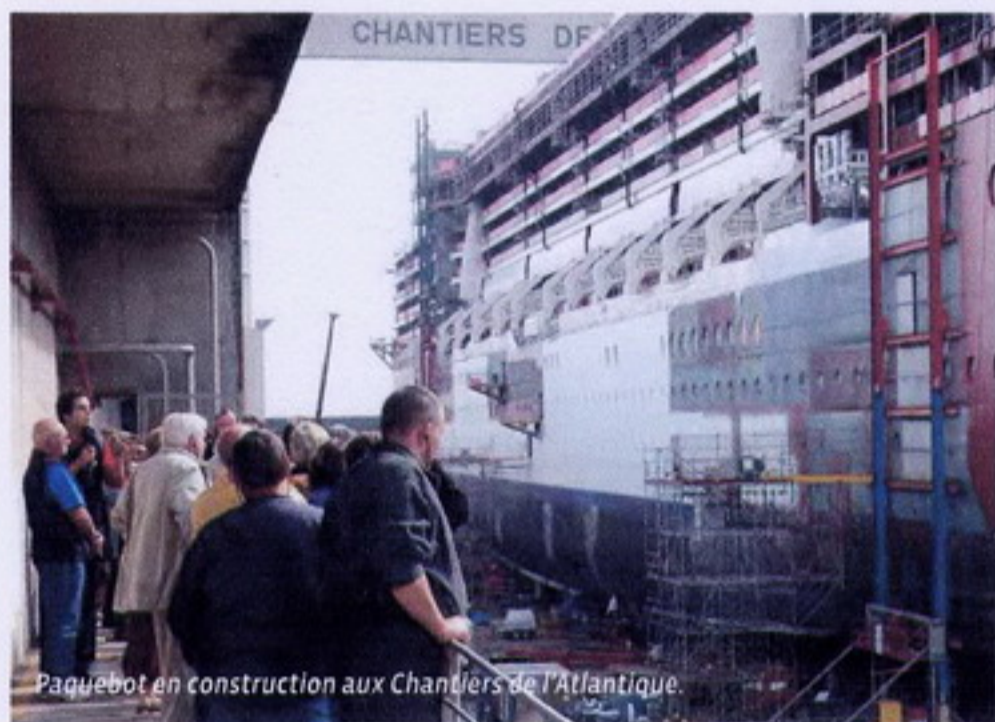
**Tourisme industriel** ■ Il est loin le temps où l'on allait voir travailler l'artisan du village... Aujourd'hui, la visite d'entreprise devient un vrai produit touristique. Suivez le guide !

« Le patrimoine industriel de Saint-Nazaire est indissociable de son histoire et de sa culture. Dès lors, les visites des Chantiers de l'Atlantique et d'Airbus font partie de la découverte touristique de la ville. Et les visiteurs montrent un réel intérêt à comprendre les savoir-faire et les réussites industrielles », annonce Emmanuel Marie, directeur d'Escal'Atlantic qui ouvre les portes de ces deux fleurons de l'économie locale. Un engouement né dans les années 80 et saisi par les CCI pour développer les visites d'entreprises à travers tout le pays. « Vis-à-vis de la curiosité du public, c'est un outil de transparence sans équivalent pour les entreprises, no-

tamment les industries agro-alimentaires. Beaucoup ont fait des visites de leur site un véritable produit touristique », précise Christian Piat d'Optim Accueil à Nantes, qui accompagne les entreprises dans cette démarche.

## Comme au musée

De nouveaux métiers sont ainsi apparus au sein des usines : les guides touristiques, chargés de décrire les savoir-faire et de transmettre la culture d'entreprise. Mais pas seulement : la "mise en tourisme" des sites industriels s'appuie également sur de véritables scénographies qui associent les outils jus-



Paquebot en construction aux Chantiers de l'Atlantique.

qu' alors cantonnés aux musées. « Nous avons intégré les visites de notre conserverie dès la conception de notre nouvelle usine, se félicite Bernard Hilliet, P-DG de la conserverie La Belle-Îloise à Quiberon. Nous pensions que c'était le meilleur moyen de faire comprendre nos différences et nos valeurs aux clients. » Le cheminement au-dessus des ateliers a été étudié pour donner un maximum de visibilité sur la production, des reconstitutions et des films d'archives font revivre le passé

des pêcheurs quiberonnais. La conserverie emploie huit personnes pour accueillir les 60 000 visiteurs annuels : « C'est un outil de promotion extraordinaire, confirme Bernard Hilliet, à condition de proposer une visite irréprochable. » Bien plus qu'une mode, les entreprises accueillent chaque année plus de 15 millions de Français, marquant ainsi une nouvelle pratique culturelle bien ancrée dans le monde du tourisme. ● Lionel Vincelet



La Belle-Îloise : faire comprendre nos différences et nos valeurs.

## Notre sélection

- > Conserverie La Belle-Îloise, Quiberon (56) : conserves de poisson. Tél. : 02 97 50 08 77
- > Distillerie des menhirs, Plomelin (29), en juillet et août : cidre, pommeau, lambig, whisky. Tél. : 02 98 94 23 68
- > Guy Degrenne, Vire (14), pendant les vacances scolaires : couverts orfèvres. Tél. : 02 31 66 44 44
- > Atelier Cornille Havard, Villedieu-les-Poêles (50), de février

à novembre : fonderie de cloches. Tél. : 02 33 61 00 56

- > Airbus, Chantiers de l'Atlantique, Saint-Nazaire (44) : construction aéronautique, construction navale. Tél. : 0810 888 444
- > Champignonnière du Saut-aux-Loups, Montsoreau (49), de mars à novembre : culture troglodytique. Tél. : 02 41 51 70 30
- > Blanchet Peluches, Le Pont-Chrétien-Chabenet (36) : confection de jouets. Tél. : 02 54 25 80 59