

# Christian Piat. « Se mettre à la portée des visiteurs »



**Créée en 1998, installée à Nantes en 2002, l'agence Optima Accueil aide les entreprises à mettre en place un circuit de visite. Son fondateur, Christian Piat, revient pour nous sur les enjeux du tourisme industriel.**

## **Quel est le frein principal au développement du tourisme industriel ?**

La visite d'entreprise souffre d'un déficit d'image vis-à-vis des prescripteurs touristiques, qui critiquent souvent un manque de fiabilité. Quand une entreprise prend un engagement de visite, elle doit s'y conformer et être prête à proposer un programme de substitution ou une scénographie en cas de panne, de pério-

de de révision des machines ou de carnet de commande trop ou pas assez rempli. Pour séduire les prescripteurs, il faut aussi également former sa visite pour être capable d'accueillir l'équivalent de deux autocars.

## **Quel budget l'entreprise doit-elle y consacrer ?**

C'est très variable. En moyenne, une entreprise peut s'ouvrir au public pour un budget de 15.000 € pendant que d'autres peuvent déboursier de 100.000 à 300.000 € pour une capacité d'accueil de dimension importante. Cependant, à partir de 50.000 €, il est possible de proposer un accueil de bonne qualité.

## **Quelles sont les erreurs à ne pas commettre ?**

L'erreur est de ne pas laisser les visiteurs se faire leur propre réflexion. Il faut donc que les ficelles de visites ne soient pas trop grosses, faire des efforts de médiation pour se mettre à la portée des visiteurs. Quand on ouvre une société, il n'y a pas que ce qui intéresse le chef d'entreprise qui doit transparaître. Le visiteur est exigeant, il faut s'en rappeler !

## **Entrée payante ou gratuite ?**

Il n'y a aucune raison pour qu'une visite ne soit pas payante, à condition bien sûr qu'elle soit professionnelle, régulière et apporte quelque chose au visiteur. Rendre payante une visite lui donne de la valeur.