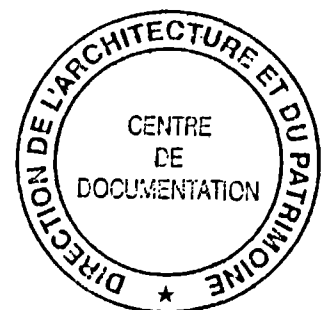


349_c

GR 85 BA 165

**EN CAS D'URGENCE,
BRISEZ LA VITRE !**

DES ENJEUX DU TOURISME INDUSTRIEL



ECOMUSÉE NORD-DAUPHINÉ 1988



ECOMUSEE NORD-DAUPHINE
Maison Levrat
Rue du Lac
38090 VILLEFONTAINE
Tél. : 74.94.17.00

EN CAS D'URGENCE, BRISEZ LA VITRE !

DES ENJEUX DU TOURISME INDUSTRIEL

NOVEMBRE 1967

DESTINATAIRES

- *FONDS NATIONAL POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA VIE ASSOCIATIVE*

*Secrétariat d'Etat auprès du Premier Ministre
Chargé de la Jeunesse et des Sports*

- *AGENCE REGIONALE D'ETHNOLOGIE*

Lyon

COMPOSITION DE L'EQUIPE

- *Philippe MAIROT, Directeur Conservateur de l'Ecomusée Nord-Dauphiné*

- *Elisabeth BOIVIN, Chargée des Relations Publiques,*

- *Sylvie PARDON, Ethno-Documentaliste.*

S O M M A I R E

Pages

AVANT-PROPOS : EN CAS D'URGENCE, BRISEZ LA VITRE !

INTRODUCTION

CHAPITRE I : REGARDS SUR LA CULTURE TECHNIQUE ET LA
"CULTURE AU TRAVAIL"

1.1. CULTURE TECHNIQUE : DYNAMIQUE D'UNE NOTION..... 16

1.1.1. A propos du passé

1.1.2. Le présent en question

1.2. LA CULTURE DE/DANS L'ENTREPRISE 34

1.2.1. Traces et perception de la "culture au travail"

1.2.2. Quelques principes de la culture d'entreprise et
de l'"esprit maison"

1.3. ACTE DE NAISSANCE DU TOURISME INDUSTRIEL..... 47

CHAPITRE II : DES PARTENAIRES PRIVILEGIÉS

INTRODUCTION..... 51

| | |
|--|----|
| 2.1. <u>L'ENTREPRISE</u> | 52 |
| 2.1.1. Ouverture spontanée | |
| . <i>Des visites commerciales ou le tourisme d'affaires</i> | |
| . <i>Les visites socio-économiques</i> | |
| . <i>Le tourisme technique</i> | |
| 2.1.2. Eléments d'appréciation d'une politique d'ouverture des entreprises à un public large | |
| . <i>Analyse du questionnaire diffusé par le CCST de Grenoble</i> | |
| . <i>Questionnaire Bref Rhône-Alpes - Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie</i> | |
| . <i>Les guides</i> | |
| . <i>Les agences de communication</i> | |
| 2.2. <u>LES PROFESSIONNELS DU TOURISME</u> | 86 |
| 2.2.1. Les Syndicats d'Initiative - Offices de Tourisme - Comités régionaux et Comités départementaux du Tourisme | |
| 2.2.2. Les autocaristes - Agents de voyages | |

CHAPITRE III : DES EXPERIENCES REGIONALES

INTRODUCTION

| | |
|---|-----|
| 3.1. <u>LE TOURISME INDUSTRIEL AU CREUSOT</u> | 95 |
| 3.2. <u>L'ECOMUSEE DU ROANNAIS</u> | 105 |
| . <i>Présentation</i> | |
| . <i>Originalité</i> | |
| . <i>Public</i> | |

| | |
|--|-----|
| 3.3. <u>L'ECOMUSEE NORD-DAUPHINE</u> | 111 |
|--|-----|

3.1. Originalité du produit "Tour de la Terre"

- . *Un discours qui élabore une nouvelle façon de concevoir la technique*
- . *Tour de Pisé - Exposition point de départ*

3.2. Une approche commerciale

- . *Analyse du public*
- . *Promotion*
- . *Distribution*

Tableaux de synthèse

| | |
|-------------------------|-----|
| <u>CONCLUSION</u> | 133 |
|-------------------------|-----|

| | |
|---------------------------|-----|
| <u>PROPOSITIONS</u> | 136 |
|---------------------------|-----|

| | |
|----------------------------|-----|
| <u>BIBLIOGRAPHIE</u> | 137 |
|----------------------------|-----|

| | |
|----------------------|-----|
| <u>ANNEXES</u> | 141 |
|----------------------|-----|

AVANT-PROPOS : EN CAS D'URGENCE, BRISEZ LA VITRE !

Un grand nombre d'acteurs sociaux observent depuis quelques années un "divorce" entre l'homme et la technique : le langage de la technique est-il devenu incompréhensible, ses fins oubliées ? Pourquoi la culture ne peut-elle pas intégrer la chose technique et, sinon lui donner un sens, du moins contribuer à l'inclure dans une vision du monde. Face à ce déchirement apparent de la technique et de la culture, et pour tenter de le réduire, les établissements culturels et les scientifiques ont cherché des outils nouveaux, ou renouvelé les outils de communication traditionnels dans le cadre des politiques touchant la culture scientifique et technique. Les musées d'anthropologie, les écomusées, les museum, et les centres de culture scientifique, technique et industrielle, ainsi que d'autres établissements culturels ont ainsi réalisé films, expositions, valises pédagogiques ou tous autres moyens de communication tendant à permettre cette prise en compte culturelle de la sphère des techniques, des sciences et de l'industriel. Vaste programme dont il serait prématuré de faire aujourd'hui le bilan.

Le présent rapport qui décrit le contexte théorique et idéologique de ce courant d'idée, évoque une réponse particulière à ces mêmes préoccupations et qui s'inscrit en même temps dans d'autres logiques, celle du tourisme, celle de la politique de communication interne et externe des entreprises, celle du développement local. Bien naturellement, à inclure de nouvelles logiques, le produit gagné en complexité et en contradictions à résoudre. Ce rapport s'attache à les expliciter et à les organiser.

A la différence des autres modes de diffusion de la culture scientifique et technique, les circuits de tourisme industriel dont il est question ici conduisent le public à pénétrer dans l'entreprise et non pas simplement à en découvrir une évocation dans un lieu culturel. Dans l'optique de faire accepter l'idée que l'entreprise et ses techniques, ses productions et ses hommes sont au centre de la vie sociale, il semble en effet opportun et nécessaire de marquer physiquement cette centralité en faisant de l'entreprise le coeur du dispositif, en ouvrant réellement ses portes, en permettant son appropriation.

Il nous paraît aujourd'hui urgent de briser la vitre qui fait de l'entreprise industrielle un espace interdit, un monde auquel on n'a généralement pas accès, non seulement physiquement mais aussi et peut-être surtout intellectuellement. En effet, si d'aventure vous pénétrez dans une usine - et l'on verra plus loin dans ce rapport que ce n'est pas toujours chose facile - vous avez de bonnes chances de rester malgré tout interdit. Ce que vous voyez, vous ne savez pas le voir. Vous n'avez ni les codes, ni les langages pour sa compréhension : c'est de l'hébreu. Tout comme une musique ou une peinture qui n'est pas celle de votre culture, dont par conséquent vous ne possédez pas les clés, dont vous n'avez même pas l'idée que des clés sont nécessaires. Vous considèrerez alors légitimement que c'est du bruit ou de l'insignifiant. Mais si un connaisseur vous montre qu'il s'agit d'un langage, ainsi structuré, qui a telle signification, telle qualité, qui répond à telles interrogations précises, à telles contraintes, qui s'inscrit dans telle histoire et tel contexte, alors vous comprendrez mieux et qui sait, vous y prendrez du plaisir. Seulement, une usine n'est pas une oeuvre d'art, elle n'a pas été conçue pour émouvoir ou pour signifier, elle est faite pour produire, elle est vivante, des hommes y travaillent : c'est souvent fatigant et c'est quelque fois dangereux. En un mot, cela semble peu adapté au tourisme et à ses valeurs ordinaires. Nous développerons plus en avant ces divers obstacles. Nous voudrions ici faire quelques remarques préliminaires sur les limites de ce type d'actions.

1. Pour ceux qui ne la connaissent pas, la découverte de l'usine est le plus souvent un véritable choc corporel, émotionnel et sensitif (le bruit, la chaleur ou l'humidité, etc...). Ce choc est d'ailleurs un excellent indicateur de l'ignorance dans laquelle nous sommes généralement de la réalité industrielle (le temps est bien révolu où les enfants allaient y porter à manger à leur père, où le travail artisanal pouvait être familial). Cette découverte physique qui est souvent aussi un ébranlement physique trouve difficilement son équivalent dans quelque muséographie que ce soit, aussi suggestive soit-elle. Incontestablement, pour présenter l'"usine", la "vraie usine" ne manque pas d'atout ! Mais il y a un pas important entre cette vision et la compréhension, surtout dans le cas des industries nouvelles, fortement automatisées et où un homme peut contrôler ou conduire à lui seul un segment de la filière de production : il ne faut pas croire que la visite et la vision de l'entreprise permettent immédiatement de comprendre le travail. Gare à l'illusion de la transparence ! Le caractère quelquefois spectaculaire du travail industriel (ou plutôt tel qu'il

est quelquefois montré) conduirait bien plutôt à une lecture très superficielle, fondée sur le visible, l'apparent. Retour à l'épistémologie : il n'y a pas d'accès im-médiat au réel. Le réel intelligible est le produit d'une élaboration conceptuelle, d'un travail de production de sens. Il n'est pas déjà là, dans l'attente d'être vu.

2. Cet accès à l'usine réelle qui donne aux circuits de tourisme industriel leur force n'est pas pour autant un gage d'objectivité scientifique. Lors d'une visite d'une entreprise, comme dans un film ou une exposition, ce qu'on décide de donner à voir et d'expliquer est le résultat d'un travail de sélection et de mise en forme correspondant à un certain discours. Ce serait pure illusion de croire que, parce qu'il est plus proche de l'usine, le circuit de tourisme industriel serait protégé de l'idéologie.

3. En conséquence, la recherche scientifique qui explicite clairement ses objectifs, ses concepts et sa base axiomatique nous paraît le préalable indispensable au tourisme industriel pour permettre :

- qu'il soit davantage qu'une visite d'entreprise et dépasse le spectacle de l'apparence technologique,
- qu'il soit une étape dans la "mise en culture des techniques",
- qu'il constitue un moyen de communication entre les différents groupes sociaux qui interagissent dans une entreprise, qu'il soit pour tous un moyen de meilleure compréhension de cet espace complexe. On n'imagine pas comment de telles opérations pourraient être pensées sans tous les acteurs concernés de l'entreprise.
- qu'il constitue pour le grand public une possibilité de compréhension de l'empreinte culturelle de la technique et de l'organisation du travail.
- qu'il constitue un point de contact fructueux entre les actions relevant d'une approche patrimoniale et les actions dont l'objet est constitué par les sciences et techniques aujourd'hui.
- qu'il offre la possibilité d'un nouveau genre de tourisme, c'est-à-dire qu'il intègre les critères propres de cette activité. Les principes exprimés ici ne valent économiquement que s'ils rencontrent une clientèle et s'inscrivent dans un marché.

Autant dire que les produits de tourisme industriel auront des profils très différents selon que leurs promoteurs auront choisi de considérer plutôt telle approche

prioritaire en visant tel public et telles retombées. Ce sont quelques éléments de ce paysage que nous brossons ici.

Rappelons encore, même si c'est une évidence, que l'approche scientifique et son exploitation touristique ou culturelle ne constitue qu'une représentation parmi d'autres de ce lieu qu'est l'usine et dont une des propriétés est d'engendrer précisément des discours interprétatifs variés, contradictoires, parce qu'exprimant divers points de vue (au sens géographique du terme) sur l'objet. Quoiqu'elle tende d'objectiver les autres représentations produites en les référant à une position précise au sein d'un champ social et à une pratique concrète, la recherche scientifique est elle-même justiciable du même travail. Cette recherche du langage perdu de la technique et de l'usine a trouvé beaucoup d'autres expressions heureuses : musicale, si l'on songe par exemple à la *Fabrica illumata* de Luigi Nono (1964) picturale (voir les différentes expositions consacrées à la représentation du travail dans la peinture, notamment celle du musée National Fernand Léger, juillet-octobre 1985) et littéraire (voir ci-après). Elles ont souvent une charge émotive qui semble alors, par comparaison, faire défaut aux recherches scientifiques. Les lectures de "L'établi" de Linhard, de "Sortie d'usine" de François Bon, de "Mémoires de l'enclave" de Jean-Paul Goux, qui sont sans doute parmi les meilleures réussites du genre, permettent une approche de l'univers de l'usine que je considère personnellement comme supérieure à bon nombre de recherches scientifiques, notamment quand elles concernent la violence, la complexité des solidarités internes, la durée et la répétition du travail. (Il m'est si difficile d'imaginer, quand je visite une usine, ce que représente, dans le corps, quinze ans, trente ans de présence dans ce lieu).

Sans doute alors, ce qui fera le succès et l'intérêt des produits de tourisme industriel et des expositions qui les accompagnent, en plus des critères développés ici, sera leur qualité proprement esthétique.

"Lamentations des Ténèbres", Jean-Paul Goux, roman, Flammarion, 1984.
(pp. 334-336)

" Tu n'écrivais plus. Tu écrivais de nouveau, le plus souvent de simples cartes postales, de courtes lettres qu'accompagnait une photographie : tu décrivais ces cartes postales et ces photographies. C'étaient des chemins de fer et des canaux désaffectés, des terrils, des fabriques abandonnées, des fours, des réservoirs, des gazomètres, des stations de pompage, des châteaux d'eau, des tours Malakoff, des cités ouvrières, des cheminées, des hauts fourneaux, des moulins, des chevalements de mine. Tu écrivais que le paysage de l'industrie tenait désormais le rôle dévolu à l'Italie et à la Grèce durant le XVIII^e siècle, qu'il ne fallait plus aller à Urbino, à Parme ou à Vicence mais aux Verreries de Faucquez admirer la salle des Fêtes de l'usine dont l'attique, orné d'une balustrade et de vasques de pierre, portait l'inscription : *Bien travailler - Bien s'amuser*, aux Cristalleries du Val-Saint-Lambert à cause de l'atelier aménagé dans une grange qui avait une toiture à croupette, à Châtelineau où les maisons de brique des mineurs reprenaient les motifs décoratifs des bâtiments industriels voisins afin de bien marquer leur appartenance aux Charbonnages, à Zollern où la salle des machines mêlait le fer, la brique et le verre, montrait une porte d'entrée modern style aussi belle que la verrière et les colonnettes de fonte qui se voient à la station de pompage de Mons, à la filature Motte-Bossut qui avait des lésènes comme une chapelle lombarde, des frises d'arceaux comme une église romane, des créneaux comme une forteresse, deux tours octogonales à l'entrée comme un manoir anglais, des ateliers aux pignons à redents comme une maison flamande, à Lapugnoy où le moulin était couvert d'un toit à la Mansart, où la brique et la pierre alternaient en litages réguliers comme sur un mur pisan, à Béthune où les toits et les cheminées en ciment de l'atelier de chemin de fer ressemblaient à ces formes moulées que Gaudi mettait à Barcelone au faite de ses immeubles, à certaines vues de Venise peintes par Bellini, à Pont-Saint-Pierre où l'on avait remployer les pierres d'une abbaye cistercienne voisine pour construire la filature maintenant ruinée, envahie de lierre, ouvrant de hautes baies en tiers-point sur le vide comme à Jumièges, dressant aux quatre angles ses cheminées dissimulées dans des tours crénelées de style néo-tudor, à Hôme-Chamondot parce que depuis deux siècles on y fabriquait des briques sous les mêmes toits pentus portés par une charpente aussi savante que celle de la halle de Richelieu, de même qu'aux forges de Syam où les logements ouvriers occupaient une aile latérale au droit des ateliers, on laminait à chaud dans des cages cylindriques disposées de front comme on le faisait au temps que Napoléon occupait Moscou, au Chambon-Feugerolles où demeuraient, immobiles et inutiles, la conduite d'amenée et le banc d'essai des turbines qu'y avait fait installer Benoît Fourneyron, et, dans la partie la plus ancienne de la fonderie, une cheminée quadrangulaire telle qu'on les construisait avant de leur donner la forme ronde qui offre moins de résistance au vent, à Nogent-sur-Seine, à Noisiel, à Saint-Sulpice-sur-Risle, à Rive-de-Gier, parce qu'on pouvait y admirer la minoterie au grand corps de brique et de pierre de taille, les pilastres en bossage étirant la silhouette vers le haut et rompant la monotonie des niveaux horizontaux, les grands arceaux dont les cintres couvraient les travées verticales et accentuaient ce mouvement, l'ordonnance majestueuse de la façade soulignée par un attique au garde-fou ajouré où se lisait la raison sociale du moulin, la chocolaterie dont le colombage métallique était apparent et formait un décor géométrique mis en valeur par les céramiques colorées des briques, l'aiguillerie dont l'un des bâtiments était une large halle avec une haute arcade à chaque extrémité, dont le cintre était décoré de plusieurs rangs de briques rayonnants, des briques bleutées et rosées, l'immense cheminée hexagonale, haute de plus de cent mètres, qui dominait encore les ruelles entre les corps d'atelier faits d'un gros appareil de moellon équerri portant une série de baies cintrées et renforcé par des tirants et des contreforts. Puis les photographies et les cartes postales étaient exclusivement consacrées à des chevalements de mine : tu décrivais un modeste appareil fait d'une simple chèvre en bois portant une molette, une construction plus élaborée où la chèvre était remplacée par un portique de deux hautes poutres réunies à leur sommet par une charpente et étayées par deux solides jambes de force du côté où s'effectuait la traction, une tour de grès rose percée sur chaque face de baies cintrées tandis qu'un rouleau de

brique couronnait le sommet des murs ; certains chevalements étaient constitués de tubes métalliques, d'autres avaient un soubassement de pierre, une balustrade en pierre qui dissimulait un toit aux pentes très douces, tel montrait au-dessus d'un hourdis de brique une gracieuse cabine aux grandes baies vitrées ceinturée d'une galerie débordante comme un élégant belvédère, l'un avait une toiture à croupe, des ornements aux gouttières et aux extrémités de la ligne de faite qui lui donnaient une allure de pagode, celui qui dominait un puits ouvert sous Louis XIV et fermé l'année où le Portugal se débarrassa de Caetano avait un parapluie en fer à cheval qui s'avancait en surplomb du côté opposé aux jambes de force afin de préserver la cage des vents dominants, un autre, dressé sur des poutres à treillis, abritait deux molettes sous un toit de tôle ondulée à quatre pans orné sur ses bords d'un lambrequin de tôle découpée. Tu écrivais encore que tu avais pénétré par la trappe de ramonage dans le conduit de brique cintré qui rampait entre une chaudière de brique rouge et une haute cheminée ronde au bas de laquelle le fumiste avait posé une plaque de métal indiquant son nom, son adresse et l'année de la construction, que tu avais rampé dans le conduit cintré jusqu'au pied de la cheminée, que tu avais levé la tête une fois arrivé au milieu de la grande colonne creuse, que tu avais vu un petit cercle bleu dans l'axe de ton regard, que tu n'avais aucunement éprouvé la vertigineuse impression de hauteur que tu avais imaginée, que le bleu du ciel t'avait paru un simple disque peint obstruant l'orifice à deux ou trois mètres au-dessus de toi pour que la lumière n'y pénétre pas.

"Sortie d'usine", François Bon, roman, Les Editions de Minuit, 1982.

Le nom de ces chariots, voyez-vous, c'est transpalette. La palette étant ce carré de planches, enfin ces deux carrés séparés par des tasseaux. On en trouve pour sûr dans toute industrie, c'est normalisé. Pour les expéditions, transbahutages des colis, conteneurs, cartons, du vrac même. Tenez, là, ce vérin : il vient direct d'Allemagne, de la sous-traitance, nous on n'a plus qu'à le poser. Ben voyez, mis tout bête sur la palette, un bout de nylon, ficelé par là-dessus avec du ruban métallique, et embarquez. L'intérêt du système c'est que, si lourd ou tarabusqué que ce soit, le fenwick il vous prend ça d'un coup, y a qu'à enfourcher entre les tasseaux, et ça s'empile tout seul, pour le stockage. Plus, si ça gêne dans un coin, en un rien de temps on le fourgue dans un autre. Il y a des rococos qui font comme ça le tour de la boîte une fois par an depuis des éternités.

Le transpalette, eh bien il sert à remorquer les palettes à la main chaque fois que ce serait pas la peine d'aller chercher le fenwick, ou bien qu'il n'ait pas la place de passer. Y a pas grand effort à faire pour se représenter la chose : la fourche, deux planches métalliques parallèles, une grosse fourchette si vous voulez, montée sur roulettes, dont une orientable en tête. Du métal nu, les roulettes, pas de caoutchouc. Six huit centimètres de diamètre, du quatre-vingt millis qu'on dirait nous, dans la mécanique, qu'on cause toujours en millimètres. Et par-devant la tige à tirer l'engin, le timon quoi. Incluable, plus le système là de pédale : vous balancez à gauche et si on pompe, comme ça, ça fait cric, la fourche monte et sou-

lève la palette à dix quinze centimètres. Jusqu'à la tonne, et tranquille, avec un petit renfort d'huile de coude, si je vois venir votre question. Et en retournant la pédale sur la droite l'engin se pose douceur concorde.

Engin donc bien commode dans toute l'industrie, enfin l'industrie courante, nous. La base même pourrait-on dire de toute manutention, l'équivalent ici du diable de votre épicier. Système de cadenas, bien sûr, parce que dans une boîte faut que tout ferme. Ici, le genre, c'est qu'il vaut mieux laisser traîner son portefeuille que son tournevis. Et si le gars qui vous emprunte le bazar pour bahuter à l'autre bout du hall il doit vous demander avant la permission et la clé du cadenas, il risque moins d'oublier que ça s'appelle revient. Et secondairement qu'un service en vaut un autre, si vous voyez ce que je veux dire. Le cadenas il vous bloque le timon à angle droit et plus moyen d'aller bien loin, sauf en rond. Inconvénient majeur, mais que voulez-vous, un engin si improductif, on ne peut pas le payer trop cher, c'est cette triste nudité des roulettes, ce bruit sur le ciment du fer, tout le temps qu'il s'approche ou s'éloigne, avec ce paroxysme quand il défile juste sous votre nez, à trois mètres, et qu'on voit sur le sol les étincelles. Pas de suspension comme sur votre bagnole. C'est plus question de causer quand il y a l'engin qui passe. Une saturation, trop aiguë pour dire grondement, et quand même pas ce suraigu, le vrinhoum des meules, non. Un bruit plus blanc, c'est mille trépidations mêlées. Une saturation oui, mais doublée du malaise subjectif : un zinc, vous le voyez décoller, vous vous dites ça y est, il s'en va. Mais le zinzin, lui, pouvez être sûr que le gus qui passe en le remorquant, dans dix minutes le voilà qui repasse dans l'autre sens. Et puis boulot-boulor, on ne va pas trente quarante fois par jour se boucher les oreilles, imaginez un peu le tableau, que les cent vingt types et quelques qui marnent rien que dans cette allée en fassent autant, ça aurait l'air de quoi ?

Bon, il y a bien des normes, les soixante-quinze décibels, une belle rigolade. D'abord on ne va tout de même pas s'amuser à mesurer le bruit d'un engin qui n'a même pas de moteur, est-ce qu'on contrôle le bruit d'un marteau ? Et puis personne n'irait se trimbaler avec le bazar quand la commission d'hygiène et sécurité fait sa tournée, une fois l'an, tout rangé nettoyé impec trois jours à l'avance. Remarquez bien que ce serait peut-être un coup à faire, un gars un peu gonflé. Mais on se marre trop rien qu'à les regarder, qui essayent de pas avoir l'air trop glands devant des hécanes qu'ils savent manifestement pas ce qu'on en sort et comment nous on s'en sert. Oh, pas que j'aie à dire sur eux. Le toubib de la boîte par exemple, rien à dire, sympa et tout. Mais c'est pas leur job, quoi. Et les délégués faut voir comme on les écoute. Des fois on rigole. Ils rouscaillent pour deux bouts de fil électrique à pendouiller, mais vous pouvez bosser avec du fluorhydrique sous votre nez parce qu'il n'y a qu'à l'acide que vous arrivez à décaper votre pièce, peuvent rien y voir. Comme ça.

Enfin. On n'est pas là pour causer de nos misères, mais du transpalette. Même si la technique, hein, c'est pas le plus intéressant forcément. C'est bon pour quand on fait

visiter aux gamins des écoles, une fois l'an, ceux du C.E.T. Qu'il faut pas trop leur faire peur sur ce qui les attend, normal, ils auront bien le temps de s'y faire. Enfin technique ou pas, il en faut bien un peu pour causer de ce qui se passe ici. Le transpalette c'est bien quatre cinq fois la semaine que vous-même avez à vous en servir. Tout ce qui se porte et se transporte est sur palette. Et le moindre bout de ferraille, qui fait ses cinquante soixante kilos, si on avait à le porter à la main, hein ? Je sais bien, venant visiter une tôle d'un peu plus de mille bonshommes, peut-être vous vous seriez attendus à autre chose que le transpalette, je sais pas moi, de l'intrigue. Ben faut pas croire. Les histoires, elles restent à la porte. Et si on est là, ce serait quand même pour la croûte, faut pas l'oublier.

INTRODUCTION

Le tourisme peut être considéré comme une forme "d'appropriation culturelle" en ce qu'il offre l'occasion de connaître d'autres espaces que ceux de notre quotidien. C'est un moyen de découverte traditionnellement axé sur le "patrimonial ou les éléments typiquement attractifs", pour reprendre une expression du Livre blanc du Tourisme Lyonnais.

On peut supposer que la hiérarchie des distinctions touristiques parcelle les champs de la découverte culturelle. Or il est devenu aujourd'hui commun de dire que la culture s'étend à la vie toute entière : elle dépasse largement les bornes de ses anciens bastions académiques. La fonction touristique semble donc devoir se renouveler en liaison avec cette "contemporanéité" de la culture et intégrer tous les milieux et les espaces où elle se lit.

Le tourisme industriel est couramment associé à la visite d'une entreprise. C'est une forme de tourisme qui tend à se développer de plus en plus, notamment dans les régions marquées par des activités traditionnelles, artisanales ou industrielles, dont les produits fabriqués peuvent déjà constituer en eux-mêmes des éléments d'attraction touristique. Nous examinerons plus loin les différentes facettes du tourisme industriel, appelé parfois "tourisme technique" ou encore "tourisme de découverte économique" ; cette terminologie supposant d'ores et déjà les différences d'enjeux et de finalités contenues dans ce tourisme.

- Le tourisme industriel, parce qu'il ouvre les portes de l'entreprise, rend possible un certain décloisonnement entre le monde du travail et l'activité de loisir. Le temps du loisir devient l'occasion d'explorer un espace industriel et technique, qui double ainsi ses fonctions productives de caractères ostentatoires. L'entreprise n'est plus un espace clos et secret ; elle n'est plus uniquement visible de l'extérieur, par la lecture de ces signes les plus marquants de la prégnance industrielle que sont les cheminées ou autres éléments architecturaux. Elle devient "accessible" ...

- La représentation étant un système d'élaboration mentale qui transforme la réalité perçue en images, ayant une signification particulière, on peut évidemment déduire qu'un changement de réalité entraîne un changement de représentation. Les réalités industrielles et techniques prennent donc des significations nouvelles quand elles sont perçues "de l'intérieur" et par conséquent, les représentations habituelles du monde du travail et des techniques changent

peu à peu. Le visiteur n'est pas un simple spectateur mais peut se construire une opinion sur la valeur culturelle du travail, sur les rapports de l'homme avec l'environnement industriel et technique, opinion qui vient rompre les images mythiques de l'usine sale, bruyante, inaccessible ou symbole du progrès. Le tourisme industriel ne peut permettre ce changement de représentation que s'il remplit les exigences suivantes :

- Si le milieu de travail est producteur de culture, notamment de culture technique, le tourisme industriel doit pouvoir contribuer à épanouir ses expressions, à faire admettre sa pleine existence culturelle en collaborant étroitement avec les hommes qui travaillent, avec leur comité d'entreprise ou autres représentants.

- En même temps, le tourisme industriel renforce l'image de marque de l'entreprise et multiplie les termes d'une "culture d'entreprise" basée sur la valorisation d'un produit ou d'une organisation technique.

Le tourisme industriel doit donc pouvoir répondre aux enjeux de la "culture au travail" et de la "culture d'entreprise" en ne négligeant aucun des acteurs concernés

- Cette reconnaissance culturelle de la technique et du travail industriel jette les bases d'une certaine forme de développement culturel.

- Pour favoriser ces objectifs, le tourisme industriel doit se concevoir non pas seulement comme un produit touristique classique mais comme une lecture vivante des faits techniques et industriels. En cela, l'élaboration des visites et des circuits doit tenir compte des résultats et des recherches de l'anthropologie technique et industrielle.

Nous avons donc choisi de réfléchir dans un premier temps aux significations des termes "Culture technique", "Culture au travail", "Culture d'entreprise", nous basant sur les textes qui nous paraissent le mieux éclairer l'évolution de ces notions et sur le travail que l'Ecomusée mène depuis plusieurs mois sur l'agglomération de Pont de Chéruy (Isère).

De par les espaces qu'il englobe et les objectifs qu'il se fixe, le tourisme industriel est un tourisme spécifique. Il trouve son contenu et ses significations à l'intersection de l'économie, du travail, du loisir, de l'industrie et du tourisme. C'est une position inconfortable : son émergence et son développement sont significatifs de bouleversements économiques et culturels dont il doit tirer leçon. Sa vocation n'est-elle pas de proposer une solu-

tion, de servir de relais dynamique entre ces différents pôles, de prouver la nécessité de son existence sur le souhait d'une négociation réelle et symbolique entre le travail et le loisir, dont les définitions sont loin d'être renversées ?

Mais c'est aussi une position privilégiée : le tourisme industriel est un baromètre du changement. Il peut tout autant mesurer les transformations du système productif que les déplacements des mentalités collectives concernant le travail. En somme, il occupe un terrain dont la conquête sera difficile.

"Le tourisme industriel est comme un creuset où peut se forger une nouvelle identité du pays ; celle qui aidera les français à se reconcilier avec des parties entières de leur histoire, de leur culture et de leur vie quotidienne, trop longtemps exclues de la reconnaissance sociale sous prétexte qu'elles n'étaient pas dignes d'entrer dans le patrimoine commun à la nation ; celle qui donnera une authentique culture industrielle et leur permettra ainsi de devenir dans leur diversité, des acteurs à par entière d'un avenir tout à la fois économique et culturel, qui soit à la hauteur de la grandeur du passé et des ambitions du présent" (1)... Le tourisme industriel prend ici une allure de défi.

Au cours du deuxième chapitre et afin de mieux cerner les variétés de motivations, nous analyserons la position des différents partenaires économiques et institutionnels impliqués dans les projets de tourisme industriel .

Le compte-rendu de quelques expériences régionales pilotes permettra de dégager les critères de validité culturelle, touristique, et économiques de cette nouvelle forme de tourisme.

Enfin, nous concluerons sur une série de propositions concrètes.

CHAPITRE 1 : REGARDS SUR LA CULTURE TECHNIQUE ET 1A "CULTURE AU TRAVAIL"

Depuis plusieurs années, les sciences humaines portent leur attention sur les éléments qui conditionnent la vie du travail et les comportements de productivité. Ceux-ci ne sont plus appréhendés uniquement dans une perspective fonctionnaliste, basée sur le principe de la rationalité qui soumet les individus à des codes de comportements relativement stricts et génère des organisations qui se veulent avant tout efficaces. Même si les normes d'efficience, de rentabilité, tendent à déterminer des logiques de production universelles quelque soit l'activité particulière sur laquelle elles s'exercent, le monde du travail n'est pas simplement le reflet d'une fonctionnalité cohérente. Appréhender l'entreprise non plus seulement en tant que lieu de production mais aussi en tant que lieu de vie, telle est l'une des approches caractéristiques de l'anthropologie du fait industriel et technique. Le regard particulier porté sur les pratiques quotidiennes des milieux de travail fait alors apparaître les dimensions cachées de l'activité industrielle et technique en saisissant par exemple les opérations de symbolisation qui accompagnent les évolutions technologiques.

L'apparente harmonie des procès de production se relativise alors par une redéfinition des logiques de travail basée sur les aspects relationnels et symboliques de l'activité industrielle. Il semble donc que l'espace industriel ne puisse plus se concevoir uniquement en termes d'espace de production mais en termes d'espace social, support et reflet d'une véritable vie sociale (1).

Au-delà de l'imagerie taylorienne, il s'agit donc de saisir les mécanismes de l'arrière-scène productrice dans ses structures fondamentales, celles qui justement signifient véritablement les réalités du travail.

Dans cet ordre d'idée, de nombreux chercheurs ont élaboré des pistes de compréhension, des cadres de pensée particuliers pour étudier le phénomène technique et ce sur quoi se fonde la civilisation industrielle : une de ces pistes de connaissance est la notion de "culture technique" qui s'est complexifiée au fil des pas de la modernité, tout en conservant ses points d'appuis conceptuels

(1) Cette conception du lieu de travail suppose que les anthropologues et les sociologues s'entendent sur "la définition de l'espace social du lieu de travail et sur les relations entre la disposition des objets et les rapports sociaux dans cet espace"

P.H. Chombard de Lauwe. - "Espace et Culture au travail". - Paris, Dalloz ; 1983. Op.cit. p. 8.

notamment ses dimensions anthropologiques. Notons que les développements théoriques se sont souvent accompagnés d'une démarche opérationnelle tout à fait novatrice qui est celle de la constitution des centres de culture technique. (Le C.C.S.T.I. de Grenoble date de 1968).

Enfin, la culture technique a participé de façon prégnante à la réflexion sur notre monde industriel : c'est pour cette raison que nous nous attacherons, dans un premier temps, à situer ses bases historiques ainsi que les réalités culturelles et économiques auxquelles elles renvoient.

Nous devons d'ores et déjà dire que les activités techniques qui nous préoccupent sont seulement celles qui se manifestent dans le travail salarié. Mais, notre réflexion fera bien sûr appel à l'examen d'autres domaines de travail.

Ceci nous amènera à poser quelques questions :

- Peut-on aujourd'hui savoir ce qu'est une usine ?
- Quelles en sont les représentations ?
- Quelles valeurs abrite-t-elle sous son toit ?...

Si l'entreprise moderne est autre chose qu'un espace technique, elle est un espace culturel : comment définir alors la culture d'entreprise ? la "culture au travail" ?

Il nous semble primordial d'établir un panorama de ces éléments théoriques (culture technique, culture d'entreprise, culture au travail) afin de mieux cerner les champs d'application possibles d'un tourisme industriel que nous supposons tourné vers la compréhension des techniques et la reconnaissance de l'entreprise.

1.1. : CULTURE TECHNIQUE : DYNAMIQUE D'UNE NOTION

Le monde grec estimait que le travail manuel était une activité servile à laisser aux esclaves. Au Japon, l'activité de l'artisan est digne du plus haut respect et son savoir-faire lui confère un degré de respectabilité tout à fait particulier. Dans nos sociétés, le savoir de l'artisan ou du technicien se place en bas de l'échelle des valeurs culturelles, le sommet étant occupé par les oeuvres de l'esprit : Art et Littérature.

Cette dichotomie reste profondément enracinée dans les mentalités. La conséquence en est que le geste technique existe davantage par l'objet qu'il produit que par la logique intellectuelle qui aide à sa fabrication.

On peut voir que l'attention portée sur le savoir technique est différente suivant les contextes historiques et culturels : la reconnaissance sociale plus ou moins profonde du statut de l'artisan et la place qu'occupe le savoir-faire dans la hiérarchie des valeurs culturelles de notre société, révèle un conflit entre culture et technique qui d'une part, semble loin d'être universel, d'autre part, contribue à mettre sur la touche un composant essentiel de notre environnement quotidien : l'objet. Cette mise à "l'écart-culturel" du monde des objets et des techniques, s'avère gênante dans une société de matérialité.

1.1.1. A propos du passé

Un bref historique situera mieux la dynamique des idées et des circonstances qui ont bâti la notion contemporaine de Culture Technique. Le premier et plus célèbre exemple d'intégration des Sciences et des Arts dans la culture reste "l'Encyclopédie" ou "Dictionnaire raisonné des Sciences, des Arts et des Métiers" de Diderot et d'Alembert (1751 à 1772). L'homme "être sentant, réfléchissant, pensant" est au centre de l'encyclopédie et se veut incarnation de la culture vivante de son temps.

L'intérêt porté à la technique, nous semble-t-il, trouve ensuite ses sources au 19^e siècle alors que l'industrie est en pleine expansion et que les inventions techniques se multiplient (rappelons-nous le Tour de France par deux enfants (1)).

Cet intérêt se manifeste au sein de différentes disciplines :

L'Histoire :

Même si les travaux de vulgarisation de L. Figuié ("Merveilles de l'industrie, merveilles de la science") ou de certains techniciens anglais se soucient peu de la dimension culturelle du fait technique, ils constituent une base de réflexion fondamentale sur l'idée du progrès technologique et du développement industriel. Mais il faudra attendre le début de ce siècle pour voir s'élaborer une véritable Histoire des techniques qui permette un premier point de vue évolutif dans l'analyse des techniques : l'histoire étant alors entendue

(1) G. Bruno. - "Le Tour de France par deux enfants". - Paris, Librairie Belin ; 1877.

comme une méthode de connaissance globale qui rompait d'avec les démarches catégorisantes et morcellées du siècle passé (1).

Parmi les travaux les plus remarquables, citons l'"Histoire des Techniques" de Bertrand Gille, organisée autour de la notion de système technique qui fait désormais figure de référence du point de vue analytique. Traiter la technique en tant que système signifie la considérer comme un ensemble d'éléments distincts mais interdépendants : les systèmes techniques se succèdent les uns aux autres par le jeu des adaptations successives ou des ruptures d'équilibre (2).

Les rythmes du progrès technique, les mutations et les transferts de technologie, la cadence des révolutions industrielles sont saisies dans leur logique multiforme : sociologie, économie, histoire linguistique, démographie... Le fait technique ne peut être perçu dans sa totalité, et dans sa complexité, qu'éclairé par une recherche pluridisciplinaire.

L'Anthropologie et l'Ethnologie

Historiquement, la curiosité de l'ethnologue s'est d'abord portée sur l'objet lui-même, ceux-ci étant rassemblés dans des "cabinets de curiosités" précurseurs des musées du 18^e siècle. On a coutume de considérer l'année 1859 comme une époque charnière, au cours de laquelle une série d'événements marquants conduisent à considérer l'ethnologie non plus comme une simple "noble curiosité" mais comme une discipline scientifique à part entière, c'est-à-dire organisée autour de cadres conceptuels ou opératoires rigoureux. Loin de suivre une universalité, l'ethnologie s'est alors organisée en disciplines s'entendant comme des courants de pensée. Il en résulte, notamment dans l'approche techno-économique, des divergences d'écoles quant aux paliers de modernisation des sociétés humaines et à leurs schémas de lecture.

(1) En 1897, A. ESPINAS publie "Les origines de la technologie" ; en 1906, thèse de P. MANTOUX sur la Révolution Industrielle anglaise du 18^e siècle, en 1922, recherches de C. BALLOT sur l'introduction du machinisme dans l'industrie française.

(2) "L'aviation sans aluminium, l'automobile sans le pétrole, sont proprement inconcevables comme notre agriculture sans les engrais chimiques, sans les insecticides, sans toute la machinerie agricole, du tracteur aux moissonneuses batteuses : sous-ensembles, ensembles, structures s'organisent dans un système global". in "Culture technique" n° 1.- Paris, CRCT, 1979.- Art. de B. GILLES "La notion de système technique" op. cit. p.10.

Prolongeant à leur époque un point de vue historique, des ethnographes anglo-saxons tels que E.B.Tylor et surtout Lewis Morgan donnèrent une classification historique des sociétés d'après leur niveau technique (voir "Ancient society" L. Morgan. 1877). L'évolution des connaissances ethnologiques a ensuite montré tout l'a-priori de cette démarche, révélée par les termes employés par Morgan pour décrire les stades techniques des civilisations : stades de la sauvagerie, stades de la barbarie, stades de la civilisation.

L'ethnologie fonctionnaliste de Malinowski, malgré son point de vue finaliste et sa négligence de la dimension historique, permit ensuite d'éclairer l'aspect social du fait technique en privilégiant le concept de relation : le comportement technique de l'homme s'explique dans les inter-relations qui existent entre "les organes et les fonctions" de l'organisme social. L'école fonctionnaliste reprend aussi la distinction, formulée par les économistes, de trois aspects de l'activité humaine : les techniques de production (fabrication + acquisition), les techniques de distribution, et les techniques de consommation.

Mais, c'est certainement dans l'oeuvre Marcel Mauss et de André Leroi-Gourhan que la notion de culture technique puise ses sources fondamentales : on sait l'importance de la notion de phénomène social total, explicitée par M. Mauss, qui situe la culture comme expression des rapports des hommes entre eux aussi bien que de leurs rapports avec leur milieu, dans les réalités sociales les plus concrètes. C'est dans la totalité même du phénomène social que la technique intervient, exprimant le lien étroit et intime du sujet à la nature et à l'objet produit qui en résulte. Dans son essai de méthodologie, A.G. Haudricourt rappelle qu'en France "c'est à l'enseignement de M. Mauss que l'on doit la distinction dans les sciences ethnologiques d'une discipline nommée technologie" (1).

Les travaux d'André Leroi-Gourhan fournissent un éclairage remarquable sur l'évolution de l'outil. Passant en revue les différentes activités techniques, A. Leroi-Gourhan établit une systématique des mouvements exécutés pour la fabrication des objets. Ceux-ci sont considérés non pas en eux-mêmes, suivant leur fonction mais comme les résultats d'enchaînements gestuels opérationnels. Dans ces analyses, A. Leroi-Gourhan attire l'attention sur l'importance

(1) Sous la direction de J. POIRIER.- "Ethnologie générale".- Paris, Gallimard; 1968.- A.G. Haudricourt op. cit. p. 731.

du contact avec l'obstacle. Il en distingue trois types : la percussion, la pression et le frottement. C'est un point de vue qu'A.G. Haudricourt qualifie de "dynamique" ; l'outil est un "transformateur de mouvement".

Il est difficile de résumer en quelques lignes les théories fondatrices de l'oeuvre de A. Leroi-Gourhan tant ses cheminements traduisent la complexité même de l'Evolution. On se bornera à n'en présenter ici que les grands principes :

Les apports fondamentaux de cet anthropologue-préhistorien se situent dans les notions de milieu, de tendance et de fait. Ces notions réunissent les conditions théoriques premières à l'explication des différents tenants de l'évolution technique (voir annexe p.80).

- Tout groupe humain fonde son existence suivant les valeurs de son milieu extérieur et de son milieu intérieur. "Par le premier terme, on saisit d'abord tout ce qui matériellement entoure l'homme : milieu géographique, climatique, animal et végétal, (...) et les témoins matériels, les idées qui peuvent provenir d'autres groupes humains" (1). Le milieu intérieur désigne le "capital intellectuel", "un bain extrêmement complexe de traditions mentales" dans lequel A. Leroi-Gourhan inclut la morale, la religion, l'esthétique, la politique, la langue. Le milieu technique est envisagé comme une partie dépendante du milieu intérieur qui imprègne l'ensemble des objets techniques, conditionnant leurs usages ou commandant leurs formes. Milieu technique et milieu intérieur se caractérisent par une continuité : les tentatives ou les acquis techniques épousent les conditions d'un équilibre du milieu intérieur. L'évolution technique se lit comme une somme d'acquisitions, d'héritages, parfois comme la combinaison d'un emprunt (ex. de la roue) et d'un élément de tradition technique (ex. des brancards).

- Cette explication n'est qu'une première étape, on devine bien que A. Leroi-Gourhan ne perd pas de vue les exigences d'adaptation au milieu extérieur, que commandent les lois naturelles. C'est la notion de tendance qui établit le lien entre les deux milieux, qui en exprime le point de contact : elle est le "mouvement général qui donne au milieu intérieur une adhérence de plus en plus étroite au milieu extérieur" (2). C'est la tendance

(1) André LEROI-GOURHAN.- "Milieu et techniques".- Paris, Albin Michel, 1973
op. cit. p.333

(2) André LEROI-GOURHAN.- op. cit. p. 338

qui matérialise le jeu des milieux intérieur et extérieur : la théorie de Leroi-Gourhan selon laquelle cette tendance est d'abord propre au milieu intérieur avant de se relativiser au contact des lois naturelles ou des règles de l'emprunt et des influences explique que l'on observe des similitudes techniques en des points du globe très éloignés entre eux. ("La tendance pousse le silex tenu à la main à acquérir un manche" (1))

-Autant la tendance a un caractère abstrait, autant le fait est un phénomène concret : ordonné en catégories, il est "un compromis instable qui s'établit entre les tendances et le milieu". A. Leroi-Gourhan prend ainsi l'exemple de la forge, qui n'est pas une tendance mais un fait qui se présente comme universel dans la mesure où un minimum de tendances simples sont assemblées pour produire une industrie métallurgique.

La technique/spectacle :

Le souci de mieux connaître notre civilisation matérielle ne se traduit pas simplement en recherches fondamentales. Il se manifeste également par la création de musées de la technique auxquels sont conférés les rôles de vitrines du progrès technique et industriel. Le Science Museum de Londres fut créé en 1857 à la suite du succès de l'Exposition Universelle de 1851 qui s'était tenu dans cette ville industrielle. L'historien des techniques Bertrand Gille remarque que ce musée est resté, de nos jours et pour une large part, un musée à la gloire industrielle de l'Angleterre.

Les efforts tentés par la France pour combler le fossé technologique qui la sépare de l'Angleterre en ce milieu de 19e siècle, se révèlent aussi par une volonté de sensibiliser le public à la technique et à l'industrie nationale. L'Exposition Nationale du Palais de l'Industrie en 1855, l'Exposition Universelle de 1867 à Paris fournirent, outre de solides bases de propagande industrielle, des occasions de louer les forces de la société technicienne.

Malgré les préoccupations chauvinistes, la valeur du Deutsches Museum de Munich ou du Musée du Conservatoire National des Arts et Métiers n'est

(1) André LEROI-GOURHAN.- "L'homme et la matière".- Paris, Albin Michel; 1971
op. cit. p. 27

pas à démontrer : ils ont permis d'éviter la dispersion de collections inestimables. Quoique peu préoccupés de replacer la machine et l'outil dans les réalités sociales et culturelles, ils ont joué un rôle fondateur dans la diffusion des techniques et il convient ici de souligner leur importance dans le mouvement de "reconnaissance culturelle" des techniques et des savoir-faire à laquelle nous assistons aujourd'hui.

- La faste époque de la fin du 19e siècle fait encore naître une presse spécialisée qui, en étoffant l'information scientifique, technique et industrielle, pousse aussi à l'innovation.(1). La logique de la concurrence transparaît dans la multiplication de ces revues techniques qui jouent un rôle moteur dans la course au brevet.

Au cours de ce panorama d'actions et d'idées fondatrices, nous aurions pu nous arrêter sur Marx, pour qui le progrès technique apparaît comme un élément très important dans la compréhension de la société capitaliste.

Depuis l'époque qui vit naître le Conservatoire National des Arts et Métiers (et le rassemblement de la collection Vaucanson), on s'aperçoit que l'activité technique n'a longtemps été considérée que sous ses dimensions instrumentales. Ses représentations courantes véhiculent l'idée qu'elle est au service de l'économie industrielle. Enfermée dans une logique productiviste, la technique se conçoit d'abord comme un moyen pratique et efficace pour développer l'industrie : l'automation d'une chaîne de production, pour prendre un exemple technique récent, satisfait un impératif de rentabilité et ne signifie apparemment rien d'autre qu'une simple utilité. Elle est finalement considérée dans son avalité, dans ce qu'elle offre comme réponse aux problèmes posés par la rationalisation de la production. C'est dans cette valeur d'usage qu'elle est enfermée lorsqu'on la glorifie dans les expositions universelles ou qu'on la montre à voir dans le musée technique.

Le grand espoir des années vingt s'est manifesté en Europe par l'adhésion de nombreux chercheurs et créateurs, venus d'horizons divers, à un projet de société : "Ils croyaient que la Science, l'Art et la Technique allaient chan-

(1) La presse "grand public" rentre aussi dans le jeu : l'Illustration, journal de grande diffusion consacra souvent des articles à une usine ou à des événements techniques.

ger la vie", "on pensait qu'un produit devait être le résultat et l'expression d'une politique ou d'une idéologie" (1). Rappelons nous les célèbres vers de R. Queneau : "ô temps, suspends ton bol... ô matière plastique, qui es-tu et qu'est -ce qui explique tes rares qualités ? Citons encore F. Léger (2), ses "éléments mécaniques" ; les aléas de la "Maison de l'oeuvre bâtie" (Bauhaus) annonciatrice du courant design. Partout en Europe, des individus ou des écoles de pensée se sont prononcés pour une "humanisation des techniques", ou pour que l'Art soit l'ambassadeur d'un nouveau dialogue entre l'homme et son environnement techniciste. Pourtant cet espoir, prenant les traits d'une idéologie, fut bien vite relégué à l'arrière scène des préoccupations sociales et politiques, tandis que le deuxième conflit mondial s'annonçait. La technique est ainsi restée jusqu'aux années 1970 à l'opposé des valeurs culturelles reconnues. Il semble que cet espoir renaisse aujourd'hui sous une autre forme, mais toujours comme une réaction, un fondamental besoin de comprendre le monde qui nous entoure.

1.1.2. Le présent en question

"Pendant toute la période où les sociétés occidentales croyaient en un progrès sans fin et sans nuisances, nombreux sont ceux qui ont cru pouvoir faire l'économie d'une réflexion sur les interactions du phénomène industriel avec notre culture. Ce long sommeil nous laisse tous désarmés face à la crise économique et industrielle qui s'est développée dans toutes les sociétés industrielles et avancées depuis dix ans."

C'est ainsi que le Manifeste pour le Développement de la Culture Technique dévoile ses intentions. Partant d'une constatation négative qui dénonce l'aveuglement et l'ignorance engendrées par la course au progrès, ce paragraphe est éminemment persuasif parce qu'il suggère que lourdes seraient les conséquences d'un "sommeil prolongé". On devine d'ores et déjà dans ces mots les enjeux

(1) C.R.C.T.- *"Manifeste pour le développement de la culture technique".- Paris, CRCT; 1971.- op. cit. p.1°*

(2) En 1924/25, F. Léger écrit : "Le beau est partout, dans l'ordre d'une batterie de casseroles, sur le mur blanc d'une cuisine aussi bien que dans un musée...allez voir le Salon de l'Automobile, de l'Aviation, la Foire de Paris qui sont les plus beaux spectacles du monde..."

sous-jacents d'une reconnaissance culturelle de la technique. Associées à ses enjeux, les significations de la culture technique sont dépendantes de la conviction éthique et politique qui justifie sa promotion et sa défense. Elles s'appuient sur un constat négatif de la réalité et par conséquence logique, préfigurent les comportements qu'il faudrait adopter pour éviter l'aliénation de l'homme par le monde moderne. Ces significations prennent donc tout leur poids dans le contexte industriel avancé de nos sociétés et, nous le verrons, dans la redéfinition même de la notion de travail.

Nous devons donc nous poser les questions suivantes :

- 1 - Quelles significations donne-t-on à la "culture technique" et à quelles réalités se relie-t-elle ?
- 2 - Pour quelles raisons et comment doit-elle être promue à un rang culturel ?

1- Voici plusieurs années que la notion de culture technique nourrit certains mouvements d'idées intellectuelles ou militantes. Qu'il s'agisse de réflexion scientifique ou de tentative de "réappropriation" culturelle, les initiatives françaises prouvent sans conteste que la technique devient aussi un moyen culturel de communication (1).

Le Centre de Recherche sur la Culture Technique créé en Juillet 1979 à Paris a joué un rôle fondamental dans la maturation d'une réflexion critique sur les rapports de l'homme à la technique. Les travaux de recherches, les articles, les conférences, les opérations de collecte, de conservation, de mise en valeur du patrimoine industriel et technique... autant d'actions originales qui s'efforcent de "mettre en place une méthode permettant de rendre valide le concept de culture technique, en lui donnant un contenu qui soit opérationnel" (2). Car il s'agit bien pour cet organisme de mener de front action et réflexion.

La culture technique ne se définit formellement qu'avec difficulté : c'est un concept à la fois complexe, ambigu et riche, toujours indissociable des pratiques, de l'intervention humaine sur la matière.

La culture technique s'associe à l'objet, à l'outil, à la machine, à la

(1) A ce sujet, voir J. VALLERANT.- *"Hommes, techniques et sociétés industrielles : traces et identités"*.- Paris, Dalloz; 1983.

(2) J. DE NOBLET .- in *Culture Technique n°2 - Fév. 1981 - op. cit. p. 5*

production. Elle se fonde sur la relation que l'homme entretient avec chacun de ces pôles . Elle désigne un ensemble de façons d'être et de faire et se situe tout autant dans l'environnement social de la production que dans les objets eux-mêmes.

Si l'on se place du côté de la main, du geste de l'artisan, du côté de l'homo-faber : la culture technique sera alors conçue comme la possession des connaissances et des savoir-faire qui permettent l'élaboration d'un objet et le suivi d'une fabrication. A ce niveau, la relation avec le matériau est fondamentale : son façonnage est déterminée par des propriétés mécaniques, des caractéristiques physiques qui imposent des règles strictes de manipulation. Par exemple, le chromage artisanal d'une pièce mécanique est ordonnée en étapes inéluctables qui ne peuvent en aucun cas être bouleversées : _décapage, polissage, dégraissage, rinçage, activation, rinçage, cuivrage, nickel puis chrome etc. Le chromeur doit fidèlement suivre cet itinéraire au risque, pour reprendre une expression du métier, de "mettre sa pièce dans le mur". En somme, différents impératifs techniques régissent l'aboutissement de l'ouvrage au cours duquel l'artisan doit faire preuve de sa dextérité manuelle et de son respect des règles. On sent bien à quel point l'intervention physique de l'homme est dépendante d'une connaissance précise, toute particulière au travail manuel. L'acte de fabriquer peut se lire comme un processus créatif dont chacune des étapes pèse dans le succès de l'étape ultime.

Dans l'entreprise, la culture technique ne peut être définie de la même façon. Le travail industriel impose un rythme uniforme et souvent intensif que l'ouvrier doit nécessairement suivre et surtout, il ne participe souvent qu'en pointillé à l'élaboration d'un objet. Les contraintes de la production règlent les gestes à effectuer et modèle une parcellisation des tâches, un engagement : psycho-physique complètement différent. Nous sommes bien loin de l'itinéraire fidèlement suivi par l'artisan. Où se lit alors la culture technique de l'ouvrier ?

Quelques uns des articles de la revue "Culture Technique" peuvent éclairer cette interrogation. L'article de G. Barthélémy "Culture techno-manuelle et culture industrielle" (1) propose de situer la culture technique industrielle comme le prolongement dévalorisé de la culture technique manuelle.

(1) G. BARTHELEMY .- Culture technique n° 8.- Juin 1982.- pp.51 à 63.

"La culture manuelle se différencierait donc de la culture industrielle, prise dans le sens d'une évolution historique, (...) cette opposition, malgré son côté sommaire est destiné à mieux isoler les aspects spécifiques de la manualité, avant de les opposer à ceux de la culture industrielle dans un contexte où les deux continuent, pour longtemps encore sans doute, à se cotoyer sans se confondre malgré une référence commune au phénomène technique."

(1). "Ainsi il semble, si l'on admet cette idée du cotoiement des deux cultures, de deux comportements fondamentalement différents, que la culture industrielle dominante telle que nous la connaissons, a favorisé le développement d'une sorte de culture techno-manuelle appauvrie, dominée, pervertie mais dont le rythme de croissance a été le même que le sien." (2).

Cet ensemble de façons d'être et de faire qui désigne la culture technique est bien présent dans le travail industriel. Mais il n'apparaîtrait pas de façon cohérente dans la mesure où l'intervention dans la fabrication de l'objet, aussi importante soit-elle, ne permet plus à l'intervenant de situer son geste dans une globalité. Celui-ci se trouve alors dans une situation culturelle hybride parce que le contexte de la production anihile ses capacités de faire et freine ses potentialités de création. Cependant, si la culture technique/industrielle ne se révèle pas dans cette cohérence de la techno-manualité pourtant originelle, nous ne pouvons pas nous contenter de ce constat d'appauvrissement. Il faut la lire différemment.

Le poste de travail (premier maillon de l'espace industriel) est délimité par les impératifs d'un procès de production qui empêchent normalement toute disgression corporelle. C'est un lieu normalisé d'exécution d'une tâche dans lequel s'inscrivent des habitudes comportementales précises. Cette fonctionnalité de l'espace de production n'exclut cependant pas de le considérer comme "un cadre physique et un système d'objet" (3) : à ce titre, l'exécution d'une tâche ne réclame pas uniquement une implication physique productive mais aussi un investissement social et affectif.

Il est de l'ordre de l'évidence que les traits culturels de la vie au travail ne se reconnaissent que si l'on déborde du cadre strict de la productivité pour admettre l'importance de certaines pratiques de l'espace et du temps, liées aux rapports sociaux et sociétaires, et porteuses de culture technique. Ainsi, les normes de sécurité du travail qui délimitent les zones d'échange à l'intérieur

(1) G. BARTHELEMY.- *op.cit.* p. 51

(2) G. BARTHELEMY.- *op. cit.* p. 57

(3) P.H. CHOMBARD DE LAUWE.- *op. cit.* p.37

d'une unité de production n'empêchent pas certaines pratiques de "détournement" comme par exemple, prendre de l'avance sur la chaîne pour fumer une cigarette, ou bavarder quelques instants en dehors de son poste de travail.

Si l'on entend par culture technique la "disponibilité à s'approprier un savoir et un savoir-faire", elle prend toute sa valeur en ce qu'elle constitue un recours individuel face aux contraintes de la productivité. C'est ainsi qu'un ouvrier aménagera sa tâche de façon à se réserver des plages de liberté qui lui permettront de détourner quelque peu la réglementation de l'organisation.

"Prendre de l'avance" signifie trouver une astuce pour aller plus vite afin de se réserver des intervalles de liberté et de repos :

-Entre la composition du modèle et son tirage, la préparation des cadres de soie pour l'impression sérigraphique est une opération monotone mais fondamentale. M. G., responsable de cette manipulation délicate, nous a raconté son "truc" :

<<Quand je suis arrivé ici, les films étaient collés sur du papier... en plaques. Ça prenait la poussière, ça n'allait pas vite pour décoller les films sans les salir. Alors maintenant, je les enroule délicatement sur un rouleau... ça va plus vite et ça m'avance. En plus, quand on imprime, c'est plus joli parce que la feuille est propre.>>

Plusieurs auteurs ont démontré ce besoin de s'approprier le temps et l'espace du travail qui peut se satisfaire par l'utilisation de certains tours de mains particuliers. Ceux-ci se surajoutent à l'exécution normalisée de la tâche afin d'en adapter la configuration à des exigences personnelles, ou bien encore, contribuent à corriger un système défaillant :

<<Dans mon entreprise, on utilise beaucoup de caoutchouc pour obtenir l'étanchéité. Souvent le caoutchouc frotte. Il faut donc faire frotter le caoutchouc sur un matériau ne le détruisant pas et permettant un frottement minimum. (...) J'ai donc découvert que le caoutchouc était très ennemi du cuivre et à partir de ce moment, j'ai interdit formellement sans le démontrer de mettre du caoutchouc sur le cuivre. Par contre, je me suis aperçu que lorsque l'aluminium était martelé, on avait quelque chose de parfait pour faire glisser. J'ai passé le matériel dans une machine qui martelait l'aluminium en produisant de petites bosses. Après cela, le caoutchouc était inusable, des réserves de graisse se constituaient entre les bosses.>> (2)

La culture technique se place bien ici sous le signe de l'efficacité ou, selon les termes de A. Leroi-Gourhan, dans la recherche du "contact efficace". Un nouveau procédé intervient dans la chaîne opératoire et réactualise finalement

(1) P.H. CHOMBARD DE LAUWE.- op. cit. p. 14

(2) P.D. DENEIEUIL - P. ROQUEPLO.- in Culture Technique n°8.- Juin 1982- pp. 162 à 165 - op. cit.p. 164.

une pratique de fabrication en dévoilant son obsolescence. Ce qu'il convient de souligner aussi, c'est la manière dont ce nouveau procédé est introduit dans l'atelier : " *J'ai interdit formellement sans le démontrer...*". La technique structure les relations entre les hommes, leur fournissant l'occasion d'exprimer leur compétence et donc leur différence. Individuellement, posséder un tour de main ou découvrir une nouvelle manière de faire plus performante sont autant de motifs de fierté, de possibilité d'affirmation de soi par rapport aux membres du groupe.

Dans un premier temps, M. L. interdit d'utiliser le cuivre parce qu'il a vérifié que ce métal ne convenait pas. A ce stade de la vérification, il ne peut qu'interdire car il ne possède pas encore la solution technique et objective de remplacement. Sa position hiérarchique dans le groupe lui permet d'interdire et d'obtenir une approbation tacite des autres travailleurs. Mais elle ne le dispense pas de trouver la preuve (le motif de l'interdiction).

Dans un second temps, le savoir-faire de M. L., son expérience, sa créativité et l'obligation sociale de prouver l'interdit, sont autant de facteurs qui déterminent l'innovation. Nous retrouvons dans cet exemple trois des fondements de la culture technique :

- le savoir-faire,
- la connaissance empirique,
- la catégorisation sensible de la perception du matériau en cours de transformation. (1)

Il est intéressant -et préoccupant- de constater que ces niveaux sont ceux d'une culture technique que l'on qualifie de "dominée". Ceci nous amène à sortir du cadre de la vie au travail pour pénétrer celui de la vie quotidienne. Ceci nous conduit à aborder les perspectives de travail des différents acteurs du développement de la culture technique.

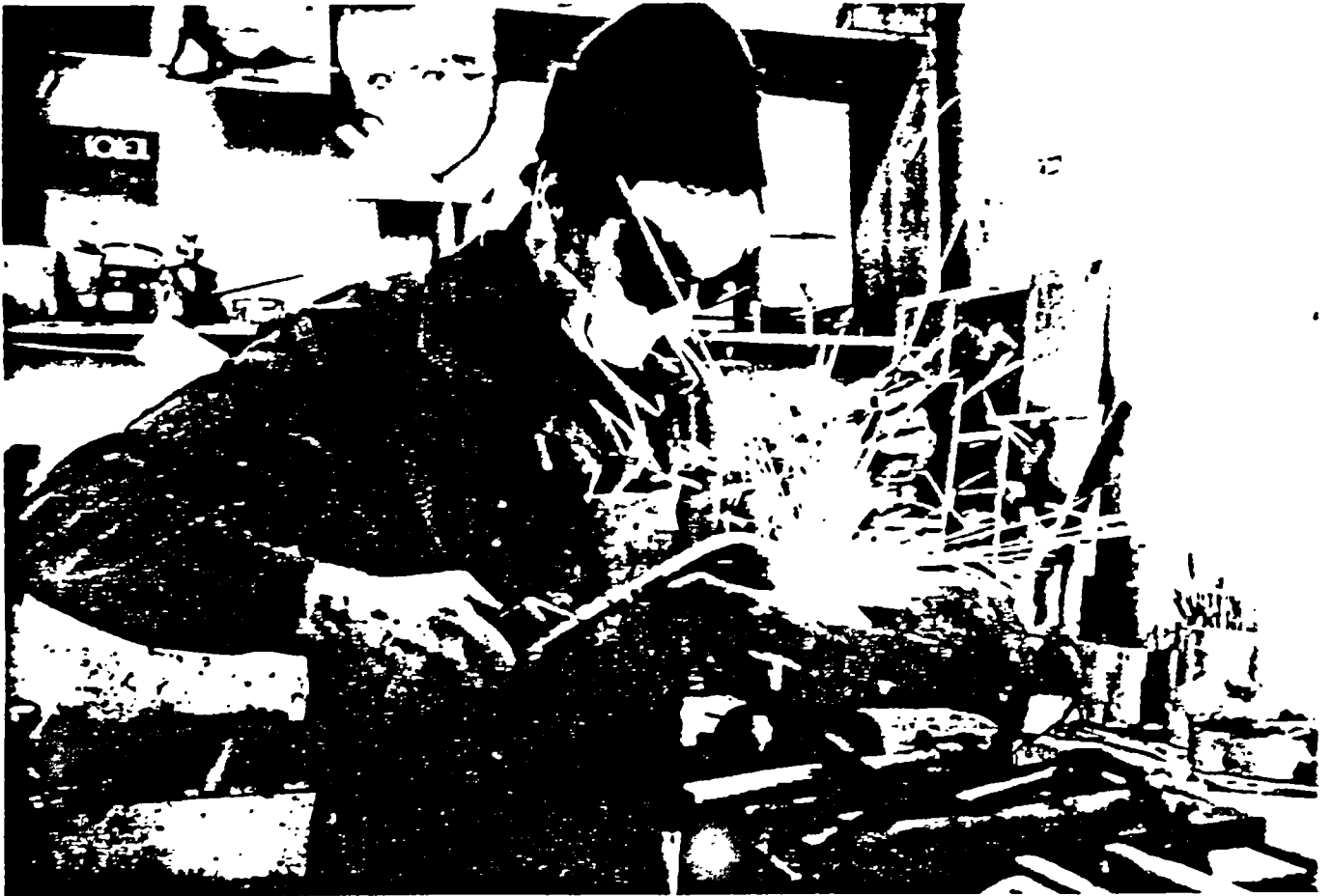
2- Nous avons évoqué plus haut le rôle tout à fait fondateur du Centre de Recherche sur la Culture Technique. Comme il est l'initiateur de nombreux programmes de "développement de la culture technique", nous nous baserons sur les réflexions qu'il mène depuis 1979.

Ce sont les conférences d'Annonay de 1980 qui ont véritablement structuré les thématiques de recherche du C.R.C.T. : il n'est entré dans la phase opérationnelle de son développement qu'en 1982, une fois dépassé le stade de la réflexion

(1) J. VALLERANT.-*"Culture technique et identité régionale"*.- Ecomusée Nord-Dauphiné, 1983.



Atelier réparation automobile



sur ses activités. Aujourd'hui, le Centre semble être entré dans la phase de la confrontation des idées et des réalisations.

Les chercheurs et les spécialistes du mouvement forment une équipe pluridisciplinaire dont les travaux principaux consistent en une interrogation globale sur la culture de nos sociétés industrielles. L'objectif le plus large est de traiter de l'empreinte de la Technique dans la Culture. (1)

Il s'agit de mettre l'accent sur la nature et les conséquences de cette empreinte dans la vie quotidienne en insistant sur l'irréversibilité de sa prégnance sur notre existence. L'interaction homme-technique historiquement et sociologiquement située, permet de constater que notre relation au phénomène technique et les représentations que nous nous en faisons modifie notre conception du monde.

Le terme "empreinte de la technique" désigne ici la manière dont la technique et l'usage d'une technologie façonnent en retour ceux qui les pratiquent" dit Jacques Pierrault (2).

Dans l'exemple des pratiques du rail, son article énonce que "le système technique : chemin de fer" influe directement ou indirectement sur les comportements individuels et sociaux. Son empreinte peut être également physique, symbolique et culturelle : conditions de travail du cheminot ou "gueule noire", normes morales de la profession, production des grands mythes du rail, production de nouveaux concepts (la ponctualité...).

Mais les techniques et les technologies n'impriment pas toutes des traces identiques dans notre vie : leur intensité varie suivant le degré d'accessibilité et d'usage de l'objet technique. Ainsi, la machine à vapeur, le métier à tisser, la fraiseuse, la télévision ou l'électricité ouvrent des champs de relations différents suivant la place que chacun tient dans le jeu des acteurs : le concepteur, l'utilisateur, le vendeur ou l'ouvrier... autant de participations différentes, autant de représentations et de vécu différents face à la technique.

Parmi les axes de travail du C.R.C.T., une large place est réservée à l'information d'un public-usager, particulièrement des jeunes. L'objectif ultime et nécessaire est de lutter contre l'"inculture technique" des populations jeunes, souvent sollicitées par l'objet technique. Dès son plus jeune âge, l'enfant côtoie de nombreux automatismes domestiques et les manipule comme des éléments ordi-

(1) A ce sujet, voir "Séminaire de Chantilly".- 3/4 Juillet 1980.- "L'empreinte de la technique" .- C.R.C.T., 1980.

(2) J. PIERRAULT.- in Culture Technique n°2.- Février 1981.- pp.125 à 136

naires : développer la culture technique signifie lutter contre cette banalisation en rendant la manipulation active et créative. En ce sens, de nombreux programmes ont été mis en place en relation avec les Centres de Culture Scientifique et Technique et des organismes dépendant du Ministère de l'Éducation (Centre National de Documentation Pédagogique, Institut National de Recherche Pédagogique).

- Des activités d'animation (conception de montages techniques)
- Des activités de recherche (centrées par exemple sur le patrimoine national et régional dans le domaine de l'électricité)
- L'information scientifique et technique (expositions, audiovisuel, recherches documentaires)

La principale revendication du C.R.C.T concerne l'introduction de la technique -Histoire, technologies modernes...- dans les programmes d'enseignement scolaire primaire et secondaire.

- "La réappropriation contre l'aliénation" ?

"Nous pensons qu'une culture technique est nécessaire parce qu'elle peut se définir comme la possession d'un minimum de connaissances et de savoir-faire permettant la réappropriation de notre environnement. Nous voulons dire qu'elle est une des conditions à partir desquelles il est possible de s'approprier la technique. A partir de là, on peut plus facilement éviter la dépendance, voire l'aliénation." (1)

Ce sont les notions d'appropriation et d'aliénation qui tendent à situer la culture technique dans sa contemporanéité. Il semblerait que la technique puisse être pensée comme une violence en soi : elle paraît élaborer un système de domination dans lequel l'homme demeure impuissant, réduit à porter ses empreintes (cf. supra p.19). Considérer la relation individu-technique uniquement dans ce champ conflictuel revient à nier les modalités mêmes de l'essor de la technique, fondamentalement influencée par les pratiques et les valeurs d'usage qui en créent les conditions. Ainsi, le terme de "réappropriation" met en relief la nécessité de devoir rétablir l'écart entre "l'offre ..

(1) J. DE NOBLET.- in "Esprit" n° 70.- Octobre 1982.- pp. 9 à 17- op. cit. p. 9

technologique et la façon dont l'utilisateur se sert de sa technologie" (1).

Se "réapproprié" la technique devrait inclure un ensemble de moyens d'actions et de comportements à travers lesquels s'établit une réciprocité (2) isomorphe dans la relation homme-technique. Le préfixe "ré" sous-entend que le déséquilibre de l'interaction s'est accéléré en même temps que l'évolution d'un système techniciste, qui a dépossédé l'individu d'un certain nombre de ses possibilités d'intervention sur la technique et ses objets (3). Ceci est valable aussi bien pour le consommateur-utilisateur que pour l'ouvrier, pour lequel un système technique fait partie du cadre de son travail.

Nous n'avons pas la prétention de définir ici le concept d'"appropriation" mais simplement d'en illustrer le principe.

Du point de vue du consommateur-utilisateur, l'exemple de la M.I.D.I.S.T. peut être envisagé : son programme "Science et Technique : information et compréhension du grand public" a été défini en 1979 dans une optique de vulgarisation scientifique et technique. Offrir à chacun les informations et les connaissances qui lui permettront de mieux comprendre son environnement. Il propose quatre axes de travail :

- Sensibilisation aux Sciences et aux Techniques par les médias,
- Rénovation et développement de la muséographie scientifique et technique,
- Développement des activités socio-culturelles à vocation scientifique,
- Ouverture de la communauté des scientifiques à ces activités.

Dans ces quatre points, il apparaît clairement qu'un rôle important est assigné à la fois aux médias, aux écomusées et aux C.C.S.T., et aux chercheurs. Il importe que ces trois catégories d'acteurs interviennent dans le vaste projet de "socialisation des techniques" afin d'éviter un discours unidimensionnel. Quoique cette communion de principes soit parfois chancelante, elle soulève l'idée que le développement de la culture technique est l'affaire de tous. Les actions menées sur le terrain, auprès d'associations locales, d'institutions culturelles reconnues, de M.J.C., et l'intérêt porté par le public à certaines manifestations - débats, conférences, expositions, manipulations - tendent à prouver qu'il ne s'agit pas là d'une croisade à la mode. Rendre possible la réappropriation de la technique signifie élaborer des outils pour la

(1) *Culture technique n°2*. - Février 1981. - *op. cit.* p. 13.

(2) *Réciprocité laissée pour compte par l'Organisation Scientifique du Travail*

(3) *L'aliénation est définie par Hegel comme un "désaisissement d'être". Une situation aliénante est une situation dans laquelle l'individu ne se reconnaît plus.*

faire comprendre.

Du point de vue de l'entreprise : Pierre Belleville, dans son rapport au Ministère de la Culture intitulé "Pour la culture dans l'entreprise" pose certaines perspectives d'intervention qu'étaye cette même conception de la "réappropriation". Aider l'expression des travailleurs -"qu'il s'agisse d'expression technique, celle qui découle de leur métier, de leur apprentissage, de leur pratique professionnelle ou extra-professionnelle, ou d'expression artistique" (1)- signifie qu'ils peuvent affirmer leur identité au sein d'un groupe, dans l'entreprise ou en dehors de celle-ci, par divers moyens que l'on peut rassembler sous le terme d'"action culturelle".

La culture technique dans l'entreprise est une des composantes de la "culture au travail" que nous analyserons plus loin. D'ores et déjà, il peut être concédé que la réappropriation de la technique dans l'entreprise passe par la reconnaissance des savoir-faire, des tours de main particuliers par lesquels l'homme affirme sa tâche et confirme son sentiment d'appartenance. Le préfixe "ré" prend ici toute sa dimension : l'importance de ces pratiques techniques, résultant parfois d'une longue expérience commence seulement à être prise en compte. Selon Pierre Belleville, il s'agit de développer, en direction du milieu de travail, une politique culturelle cohérente qui identifie l'entreprise comme un lieu déterminant des pratiques culturelles.

Sous cette optique, un des passages les plus célèbres de l'ouvrage de Robert Linhart "L'établi", décrit avec quelle dextérité cet ouvrier travaille sur son établi, construit au milieu d'une chaîne de montage chez Citroën :

"Un engin indéfinissable, fait de morceaux de ferrailles et de tiges, de supports hétéroclites, d'étaux improvisés pour caler les pièces, d'instabilité inquiétante. Ce n'est qu'une apparence. Jamais l'établi ne la trahi, ni s'est effondré. Et quand on le regarde travailler pendant un temps assez long, on comprend que toutes les apparentes imperfections de l'établi ont leur utilité : par cette fente, il peut glisser un instrument qui servira à caler une partie cachée ; par ce trou, il passera la tige d'une soudure difficile ; par cet espace vide, en dessous - qui rend l'ensemble si fragile d'apparence- il pourra faire un complément de martelage, sans avoir à retourner la portière déjà calée. Cet établi bricolé, il l'a confectionné lui-même, modifié, transformé, complété. Maintenant, il fait

(1) P. BELLEVILLE.- "Pour la culture dans l'entreprise".- La Documentation Française, 1982.- op.cit. p. 55.

corps avec, il en connaît les ressources par coeur : deux tours de vis ici, trois tours d'écrous par là, une cale remontée deux crans, une inclinaison rectifiée de quelques degrés, et la portière se présente exactement comme il faut pour qu'il puisse souder, polir, marteler, limer à l'endroit précis de la retouche, aussi excentrique et difficile d'accès qu'elle puisse être - par dessus, par dessous, de côté, aux angles ou en biais, dans l'intérieur d'une courbe, à l'extrémité d'un rebord."

1.2. LA CULTURE DE/DANS L'ENTREPRISE

L'usine, avec ses bruits -"ponctuations incessantes" (1)- ses machines, ses cadences, ses dispositifs spatiaux, ses odeurs, est un univers à la fois fascinant et effrayant pour qui ne s'y plonge pas quotidiennement. Seule l'habitude permet d'appriivoiser cet espace organisé, structuré, rationalisé, régi par un ensemble de normes qui en détermine l'usage.

Tout espace de travail se définit par une réglementation situant un certain nombre de principes. Selon G.N.Fischer, "le premier principe est probablement celui qui a donné lieu à la représentation la plus mythologique de l'entreprise, c'est la loi de l'efficacité : (...) poursuite réaliste ou fantomatique destinée à optimiser l'utilisation des moyens disponibles dans des procédures aussi économiques que possible afin d'atteindre les objectifs prévus."(2)

Pendant sa première journée de travail, le nouvel embauché commence par repérer, en fonction de sa marge d'intervention, à quelles logiques il doit obéir. Ce n'est que progressivement (suivant un processus initiatique d'intégration) qu'il aura accès à l'"au-delà de la norme", à l'ensemble des pratiques sociales et culturelles qui corrigent ou transgressent ces logiques. C'est dans cet "au-delà" que se situe l'idée de la culture dans l'entreprise ou, pour être plus juste de la "culture au travail".

(1) F. BON.- "Sortie d'usine".- Paris, Ed. de Minuit ; 1982.

(2) G.N.FISCHER.- in Culture technique n° 8.- Juin 1982 - pp. 99 à 111.- op. cit. p. 101.

1.2.1. Traces et perception de la "culture au travail"

La culture technique telle qu'elle est envisagée ne peut traduire à elle seule la complexité des rapports que l'homme entretient avec les outils et les produits de son travail. Etablir le panorama des fondements de la culture technique semble moins être le plaidoyer d'une nouvelle croisade culturelle qu'une invitation à pénétrer dans l'usine, ce lieu où les machines s'interposent au détriment des hommes. Il conviendrait donc de préciser que la culture technique n'est que l'expression partielle de ce que P.H.Chombard de Lauwe nomme la "culture au travail" qui présente deux significations : l'une sociale, l'autre individuelle. Parce qu'elle est par définition, cette base existentielle sur laquelle s'échafaude, au fil des circonstances, notre rapport au monde ; la culture se compose d'éléments particuliers suivant les situations de la vie individuelle et sociale.

Dès lors que l'entreprise est comprise comme le témoin flagrant de la civilisation industrielle, l'interrogation porte d'abord sur la façon dont se projette une partie des faits sociaux et culturels urbains sur l'axe des relations et des comportements individuels et collectifs dans l'entreprise. L'économie industrielle, dont la cohérence se fonde sur l'accumulation du capital, est bien au centre de la problématique urbaine telle que l'ont développée M. Halbwachs, P.H. Chombard de Lauwe ou M. Castells. En cela, devoir isoler une culture de l'entreprise sans la relier aux multiples expressions de la culture urbaine, dans les pratiques et les comportements qui la définissent, apparaît artificiel. Il semblerait que l'expression "culture au travail" mette l'accent sur cette dimension de l'analyse. Elle englobe "à la fois les savoirs et savoir-faire, les connaissances techniques et les rapports sociaux dans le travail, les systèmes de représentations et de valeurs qui y sont liés dans les pratiques quotidiennes. (1)"

Mais ni cette définition, ni le rapport rédigé en 1983 par le groupe de travail "Rapports sociaux, culture et transformation des espaces industriels" qui explicitent la notion de culture au travail n'apparaissent satisfaisant, même si nous en gardons le terme clef. Comme tend à l'expliciter l'expérience d'un terrain bien précis, l'agglomération de Pont de Chéruy, cette région

(1) P.H. CHOMBARD DE LAUWE.- *op. cit.* p.6

"industrielle" sur laquelle l'écomusée Nord-Dauphiné travaille à mettre en place une politique culturelle liée au monde du travail, attesterait l'occurrence de cette notion.

Pont de Chérucy : images d'un système industriel et propositions méthodologiques

L'agglomération de Pont de Chérucy (30 000 hb) offre un terrain remarquable à l'étude du paternalisme industriel tel qu'il s'est manifesté au Creusot dès la fin du 18e siècle.

Les "Grammont" font partie de cette famille de "bâisseurs d'empire", imprégnés d'une idéologie industrielle qui puise ses fondements dans l'équation ordre social/ordre productif. Créée en 1849 par E.C. Grammont, les établissements Grammont veulent fonder un "nouveau type de société, solidaire en même temps que productive selon une utopie sociale qui est alors l'apanage de capitalistes entrepreneurs conjuguant paternalisme, fouriérisme, utopie campagnarde et productivité. (1)" Plantés au milieu d'une campagne dont on ne peut pas vraiment situer le caractère - aux limites du Rhône mais déjà dans le Nord-Dauphiné- les ateliers de tréfilerie, fonderie et laminage de l'ancien empire Grammont ont profondément marqué le paysage. Au fil des accélérations et des freinages de l'économie industrielle, ils ont aussi rythmé la population de ce territoire qui est aujourd'hui une surprenante mosaïque ethnique et culturelle.

C'est en 1929 que l'usine Grammont se divise en Tréfinmétaux et Tréficable, repris par Pirelli. En 1982, Pechiney rachète Tréfinmétaux. En 1987, on parle d'un éventuel rachat par les "Italiens" (Pirelli). Le monogramme de Etienne Claude Grammont domine toujours Pont de Chérucy, au sommet de la plus haute cheminée de l'usine.

L'idéologie industrielle, née au 19e siècle d'un projet d'exploitation du monde ("domestiquer la matière"), a guidé la marche de cette petite ville. Elle en a défini en quelque sorte l'identité. C'est le travail qui a défini l'existence de ces générations d'ouvriers qui se sont succédés devant les puissantes carcasses des fours. Une fois retrouvés leurs habits civils, les ouvriers de Tréfinmétaux redeviennent des citoyens à part entière mais les conditions de

(1) C. ZERVUDACKI.- "Religion et urbanisme : à propos de la communauté grecque de Pont de Chérucy".- in Terrain n° 7 - pp. 45 à 53 - Op.cit. p. 46.

leur vie sociale sont évidemment marqués par l'empreinte de leur milieu de travail. (L'ouvrage "La vie quotidienne des familles ouvrières" de P.H. Chombard de Lauwe l'a montré de manière convaincante.)

Il est évident qu'à l'inverse, la communauté de travail est le reflet conjugué de la vie des hommes et des relations qu'ils entretiennent entre eux une fois franchi le portail de l'usine. Reflet conjugué de leur appartenance sociale, ethnique, et du mode de vie qui s'y associe.

Autrement dit, la culture au travail peut déjà être comprise comme le fruit d'une médiation de valeurs et de pratiques, issue autant de l'ordre usinier que de la capacité de chacun à l'articuler à son "être" - "je" individuel et "nous" collectif, intra et extra muros -.

Chez Tréfimétaux, le Comité d'entreprise revendique pleinement son rôle de "représentant" (1). M. S., son secrétaire depuis 1981 situe son action dans la défense des intérêts individuels et collectifs, dans la sensibilisation et la "prise de conscience culturelle" : militant C.G.T., il se veut détaché d'un syndicalisme "purement activiste c'est à dire qui défend uniquement les salaires" :

<< Défendre ses intérêts, ça passe aussi à mon avis, par des notions de philosophie, de la vie (2). (...) c'est à dire de vraiment saisir l'individu dans ce qu'il a de capital pour le fonctionnement de la société... quelque soit la place qu'il occupe (...) Ce sens là, je l'ai souvent énoncé, notamment pour sensibiliser les travailleurs à leur rôle fondamental... qu'ils étaient les seuls à pouvoir faire fonctionner un type de machine, pour la bonne et simple raison que les machines sont des outils, bon, qui vieillissent au fil du temps et que le petit détail qui fait qu'une machine va sortir un bon produit, c'est vraiment l'ouvrier seul qui le connaît et pas forcément l'ingénieur qui gère l'atelier... ça, c'est un des aspects effectivement de la culture. C'est le rapport de l'homme avec la machine, avec son vieillissement. Quand on a un personnage qui bosse dessus depuis des années, il a les ficelles, il sait que tel serrage sur telle partie de la machine fait qu'on va obtenir le 10ème de tolérance souhaité... et ça, pour moi, ça a toujours représenté le fondamental du travail. C'est un peu l'idée même de la philosophie >>

Ce qui apparait ici en toute évidence et qui comparait également dans d'autres entretiens informels, c'est que la culture au travail est d'abord perçue par les intéressés comme une culture technique, la conscience de "savoir

(1) A ce sujet, voir P. MAIROT.- "Moïse et Aaron, le point de vue partiel d'un ethnologue".- in Terrain n° 5.- Oct. 1985- pp. 88 à 90.

(2) G. FRIEDMAN.- "Où va le travail humain!"- Paris, Gallimard;1963.- : "Il faut comprendre ce que représente le syndicalisme dans la sensibilité de l'ouvrier : pas seulement la défense de ses intérêts, mais aussi, au coeur de la jungle industrielle, un lien humain sans lequel il se sentirait perdu" op. cit. p. 322

faire son boulot". C'est donc dans un premier temps par la reconnaissance culturelle du métier proprement dit que le Comité d'établissement affiche peu à peu ses intentions plus globales : la compétence étant ressentie comme un moyen de s'identifier dans l'entreprise, le champ de perception et de conscience de la communauté de travail peut ensuite s'élargir à la formulation d'autres référents identitaires : "Au début, j'avais l'impression que passé le portail, tu rentrais pour 8 heures avec une fonction qui t'enlevait toute fonction autre que tu pouvais avoir dans la vie tout court." Cette coupure peut être ressentie comme une frustration parce qu'elle inflige une dépersonnalisation. Certains écrits de la littérature ouvrière expriment bien cette érosion progressive de la personnalité : "À L'usine, on démissionne de soi" (1).

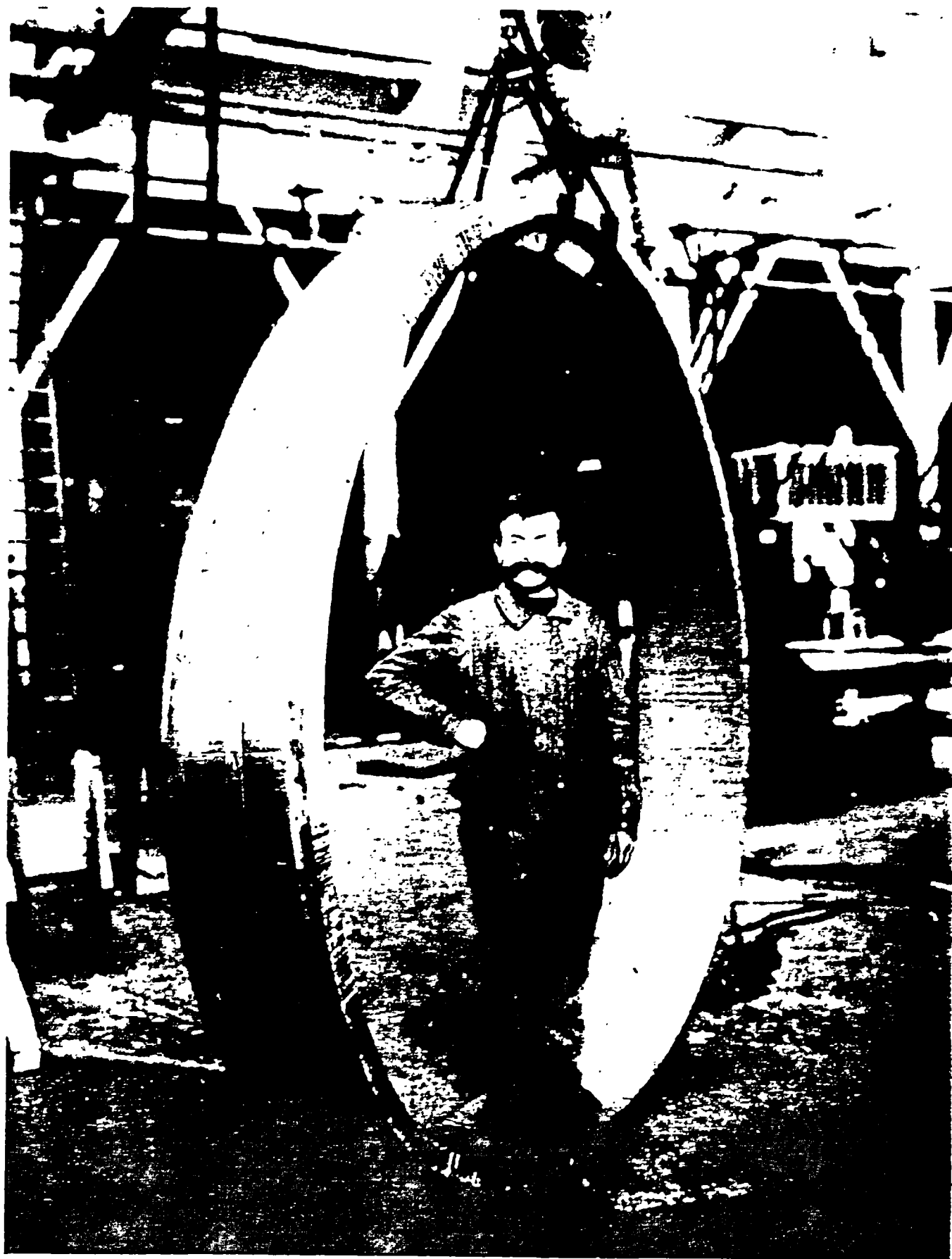
La première vocation des "actions culturelles en milieu ouvrier" réside alors dans une lutte contre cette perte d'identité imposée par l'organisation de la grande industrie. L'"énergie culturelle" est puisée dans les aspects les plus concrets, les plus tangibles de la vie ouvrière : le savoir-faire, l'expérience, le souvenir (par le biais de photographies)... pour s'étendre ensuite à une échelle collective : l'usine, le quartier, la ville - "Ces espaces où les faits sont immédiatement contrôlables, où les références de jugement par rapport à sa propre expérience existent et sont proposés ensemble à la réflexion de tous les acteurs reconnus comme tels." (2)

Dans le petit espace industriel et urbain de Pont de Chérury, parler de "culture au travail" implique d'interroger le territoire dans sa globalité en se donnant l'usine comme grille de lecture. Sans doute cette grille assurerait-elle des distorsions si elle postulait que l'identité locale n'est qu'un rapport historiquement constitué et socialement construit par l'usine. Il faut alors veiller à ne pas en faire la seule figure identitaire, pas plus que la culture technique ne témoigne de l'ensemble de la culture au travail.

L'énumération qui suit jette les bases d'une action sur le terrain dont l'objectif est de mettre en évidence les spécificités d'une micro-région. Certaines remarques nous ramène à la problématique première : tourisme industriel/reconnaissance de la culture au travail, dans ses questionnements méthodologiques.

(1) UN GROUPE D'OUVRIERS.- "Le mur du mépris".- Paris, Stock; 1978.-op. cit. p. 110

(2) P. BELLEVILLE.-"Tourisme industriel et culture du travail".- Atelier Lorraine, Mai 1985.- op. cit. p. 8



*Légende : ouvrier des Etablissements Grammont - Années 1920
Pont de Chérucy - Isère*

- Il s'agit de partir de l'échelle de référence la plus petite : le poste de travail, l'atelier de production, et de savoir comment la technique y est vécue, ce que chacun attend d'elle, ce que chacun lui reproche. Lui-attribue-t-on un "sens" culturel ? Quelles revendications fait-elle naître ? Repérer des manières de dire, d'être et de faire ; la façon dont les espaces sont marqués, appropriés ou subis ; comment une journée de travail se décline-t-elle suivant les temps de pause, les "coups de bourre", les imprévus qui viennent rompre la monotonie, les pratiques de détournement de l'ordre de l'organisation. ? ...

- Cette approche des comportements et des représentations dans le travail amène à réfléchir sur les formes de la vie sociale dans l'entreprise, les pratiques rituelles, l'action du comité d'établissement, l'activité des syndicats. Ce niveau de recherche peut permettre de saisir la trame de l'évolution de l'entreprise au travers d'une histoire de la production, ou de la dynamique des conquêtes sociales.

- L'entreprise est enfin envisagée sur le plan de sa représentativité territoriale. Quelle est le processus de qualification de l'espace de la commune par l'industrie ? (Dynamique des aménagements urbains : vagues de construction des logements ouvriers, des équipements collectifs...) Comment l'usine (et son histoire) est-elle représentée de l'extérieur par ceux qui n'y ont jamais travaillé, - commerçants, agriculteurs ... ? - En somme, quelle est la véritable part de l'usine dans l'identité locale ? Comment l'usine assimile-t-elle en retour les matrices culturelles de ses travailleurs ?

Pour faire aboutir ces questionnements, il faut se placer dans l'hypothèse d'une collaboration étroite avec les comités d'établissements, la population de Pont de Chéruy, les associations locales, qui peuvent constituer des pôles d'initiative distincts. Une fois ces jalons posés, plusieurs problèmes se posent : dont celui de la "demande" en matière de culture au travail.

- Le "spécialiste" est chargé d'accomplir cette demande en mobilisant des ressources humaines et matérielles. Là, intervient toute une série de méthodes de restitution, -expositions, films, ateliers-débats, visites- qui, loin d'être des réponses-miracle, doivent être des réponses circonstanciées, c'est-à-dire adaptées à un contexte.

- A propos de ce regard-miroir tendu aux ouvriers, Pierre Belleville remarque : "L'intellectuel de service annonce à l'ouvrier qu'une institution officielle et politiquement digne de confiance va parler de lui et donc que la vérité sur sa condition va lui être dite. (...) La réponse ouvrière à la proposition qui lui est faite de se connaître enfin, à travers une oeuvre fictive, ou plutôt, une oeuvre de fiction, est également très claire : "Je sais déjà qui je suis, je n'ai pas besoin qu'on me le dise.""(1). Cette attitude procède-t-elle des contextes de travail des ouvriers de la grande industrie, rarement mis en situation d'implication positive ou critique ? Elle révèle en tout cas que l'intervention d'un médiateur/représentant autre que syndical est ressentie comme une menace, une dépossession parce qu'elle émane d'une institution - culturelle ou scientifique- et se place donc à-priori dans le camp de ceux "qui dirigent". Une intervention maladroite en milieu ouvrier ne peut qu'exaspérer la "lutte du pot de terre ouvrier contre le pot de fer patronal" ; nous entendons par là que prendre pour sujet la culture au travail exige que l'on donne à ceux qui travaillent la position d'acteurs et non d'objet d'étude. La culture au travail, avant d'être montrée, doit d'abord exister dans l'esprit de ceux qui la portent. C'est au prix de cet impératif - déontologique - que peuvent être jetées les bases d'une reconnaissance culturelle de la vie au travail.

En parlant de culture au travail, on se place délibérément du côté de l'homme en situation de travail, lequel signifie le plus apparemment un aspect du concept de "forces productives" repris par N. Gérome. Développer une anthropologie des forces productives rend plus aisée l'étude relative des "interactions de la structure et du développement des forces productives et de la nature des rapports de forces de production ; c'est à dire de l'ensemble des facteurs humains, matériels et symboliques concourant à la production industrielle, dans des conjonctures et des agencements socio-économiques spécifiques dus aux divers types d'antagonismes et de marchandages entre les divers groupes sociaux impliqués dans la production (...) Cette approche permet de conserver à chaque moment le poids social significatif des réalités observées, de ne négliger aucun des acteurs, d'éviter (...) des conclusions manichéistes ou hagiographiques, d'envisager les uns par rapport aux autres la situation et l'activité des mem-

(1) Pierre BELLEVILLE. - *Op.cit.* pp. 6 et 7

bres d'un continuum social qui, dans une structure de plus en plus serrée, va de l'ouvrier qualifié aux employés , aux techniciens, aux ingénieurs, à ceux qui enfin, détiennent le pouvoir économique et politique" (1)

Le contexte de l'entreprise est source de marchandages et d'antagonismes : c'est un milieu social basé sur des logiques de défense catégorielle qui font que, suivant tel ou tel facteur de la situation de travail, les conduites et les valeurs gravitent souvent dans des zones d'intérêt et de pouvoirs ; chacun des membres du corps social délimite le champ stratégique de ses actions, cherche ses propres ressources de négociation avec l'organisation dont il dépend. Les processus d'implication dans le travail, les modèles de relations humaines à l'usine, permettent de penser les situations de production dans un "continuum social" qui s'élaborerait autour de ce jeu des "forces productives". Mais cette formule théorique ne doit pas faire oublier que la vie individuelle au travail s'efforce toujours de coïncider avec un "tout" à la fois immuable (les logiques de l'ordre productif) et modifiable (par les ressources individuelles face à l'autorité), mais que les marges de manoeuvre sont très fluctuantes suivant la position des acteurs.

Cette proposition théorique de N. Gérôme rappelle aussi à l'ordre : "ne négliger aucun des acteurs". D'autant que la mise en marche du tourisme industriel dépend fondamentalement de l'avis des chefs d'entreprises...

(1) N. GEROME, B. RIGNAULT, J. VALLERANT.-*"Hommes, techniques et sociétés industrielles : traces et identités"*.- Paris, Dalloz; 1983.- op. cit. p.12



1.2.2. Quelques principes de la culture d'entreprise et de l'"esprit maison"

De par leur place décisionnelle, il est évident que les chefs d'entreprise ne formulent pas les mêmes enjeux que les travailleurs à introduire dans la culture cette nouvelle composante du travail. Leurs enjeux sont plus stratégiques au sens où ils procèdent moins d'une demande identitaire que de logiques de compétitivité, d'ambition et de défense commerciales. Ce n'est donc plus cette culture au travail souterraine, mouvante et parfois en dehors de la norme qui occupe le devant des préoccupations des directions, mais une culture plus affichée, plus médiatisée, et surtout plus directement conséquente. On peut la nommer "culture d'entreprise" parce qu'elle veut avant tout favoriser l'expression d'une "entité entreprise", équation de composantes sociales, économiques et politiques.

Il apparaît que cette "culture" repose sur le principe de l'image de marque. Pour solidifier le message de ses produits, l'entreprise suscite un ensemble de conduites collectives -mobilisation de la communauté de travail vers un objectif commun-, et individuelles -encouragement des initiatives-. La culture d'entreprise est en fait un instrument de communication : "Tout se passe comme si, en même temps que des objets ou des services, il fallait produire ou reproduire l'entreprise elle-même, comme si l'entreprise devenait elle-même sa propre production" (1).

Tandis que l'entreprise cherche à se définir, à se donner un contenu qui ne soit plus seulement économique mais aussi culturel et parfois politique, elle suit certaines stratégies de communication, celles qui peuvent le plus efficacement fertiliser son sol. Ainsi, nous avons découvert le rôle croissant des sociétés de communication dans la mise en route de projet de tourisme industriel (cf. p.60).

Dés lors, la culture d'entreprise pourrait-elle se comprendre comme une "force productive" parce qu'elle s'érige comme un accomplissement total des efforts de chacun des membres d'une organisation vers un but commun ? Cette force sans cesse renouvelée, qui s'imposerait comme une nécessité pour l'avenir, régènerait-elle un sentiment d'appartenance commun ? La culture d'entreprise consiste à introduire l'intérêt collectif dans l'intérêt individuel. Comme le souligne R. Sainsaulieu, l'"esprit maison" crée un sentiment d'attachement à l'organisation (2). Le degré de cet attachement rend plus ou moins

(1) Y. BAREL.-*"La société du vide"*.- Paris,Seuil ;1984.- op. cit. p. 60

(2) R. SAINSAULIEU.- *"L'identité au travail"*.- Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques; 1977.

certain le processus d'intégration dans l'entreprise. Pour des motifs personnels d'évolution dans le travail et au cas où la politique sociale de l'entreprise convienne aux attentes des individus, l'entreprise "peut être en soi une valeur" (1).

L'"esprit maison" n'est pas une illusion, il peut faire naître de réels attachements à la communauté de travail, du moins dans le cas des individus dont la tâche rend possible une certaine autonomie, voire une marge d'intervention "créative".

La culture d'entreprise se situe là : dans la dimension d'une identité collective qui recouvre l'intégration des normes, l'apprentissage des règles, l'adoption des contraintes comme source possible d'épanouissement personnel. Dans ce contexte, le modèle d'organisation de l'entreprise fait de la culture d'entreprise un schéma de communication vertical, par lequel chacun des acteurs trouve plus ou moins son intérêt, suivant sa place dans les rapports de pouvoirs internes, suivant sa formation professionnelle : à la chaîne, l'"esprit maison" est vue comme une atteinte à la liberté, une norme de conduite qui pèse. Pour des ouvriers qualifiés, des ouvriers de "métier", ce peut être un moyen d'évoluer car leur qualification rend plus réel l'accès à un pouvoir dans le travail.

Dès lors que le but est simple et évident, dès lors qu'il s'agit d'asseoir les positions de tous les membres du groupe dans le mythe de l'unité, la culture d'entreprise apparaît aussi comme un conditionnement. Adhérer à son message permet à toute une série d'individus de trouver le point d'équilibre de leur fonction dans l'entreprise. Elle entretient l'idée d'un développement collectif, basée sur des processus de récompenses, d'encouragements ou de sanctions individuelles. En fonction de cette promesse de "mieux-être" dans le travail, chacun risque ou non de s'impliquer dans les logiques de cet "esprit-maison". En retour, cette adhésion à un but commun peut renforcer la valeur de sa propre expérience parce que l'on peut se reconnaître dans le résultat : la culture d'entreprise chez Bouygues désigne ses ouvriers comme de "vrais maçons" ; le slogan de la maison renforce la position de la collectivité en valorisant chacune des expériences. Il y a là un processus d'identification projective qui entretient une sorte d'identité collective, fusionnelle.

(1) R. SAINSAULIEU.- *op. cit.* p. 367

Or ce lien tissé entre les ressources individuelles et le message collectif a un caractère coercitif certain : l'"esprit maison" peut contribuer à faire accepter, dans certains cas, des contraintes disciplinaires, techniques, ou physiques. L'effort se justifie par la volonté de donner une signification à son travail, de se créer une sécurité, une personnalité sociale : l'entreprise "force les gens à se couler dans le moule de personnages collectifs sans pouvoir s'en défaire" (1)

(1) R. SAINSAULIEU.- *op. cit.* p. 411

1.3. ACTE DE NAISSANCE DU TOURISME INDUSTRIEL

Pour traduire, de quelques repères historiques et sociologiques, l'émergence du tourisme industriel, citons l'intérêt du seul ouvrage de synthèse publié jusqu'ici sur le sujet : le "rapport Walther" intitulé "Le tourisme industriel". Bien qu'assez retenue dans la preuve du bien-fondé de son objet d'étude, cette réflexion permet de dégager une image globale de ce que le tourisme industriel représente actuellement en France. (1).

Parler du développement de la notion de culture technique amène à évoquer la création des musées de la Technique, de l'Industrie, des Arts et Métiers, qui foisonnèrent au 19^e siècle. Les salons, les foires, les grands magasins, les expositions universelles, s'inscrivaient aussi dans cette idée de montrer au grand public les produits de l'industrie. Le "grand magasin" était le lieu des promenades familiales ; on pouvait y admirer toutes les nouveautés en appareillage domestique. Le public se composait non seulement de parisiens mais aussi de provinciaux, qui profitaient de leur "montée" à Paris pour visiter le Bon Marché, les Magasins Réunis, les Galeries Lafayette ou la Samaritaine. Le tourisme industriel puise quelques unes de ses sources dans cette tradition de la culture marchande, dans le contexte immédiat des lieux de consommation de la technique, celui de l'espace domestique. L'attraction exercée par les Salons d'art ménager, les grands magasins, et les expositions universelles sur les couches populaires urbaines et ouvrières fut d'une telle ampleur que l'on pût y voir les débuts d'un nouveau "loisir", une première expérience d'accession aux produits de l'industrie dans un cadre de hors-travail. Motivée par l'achat, la curiosité, mais aussi pour certains, par un esprit de défense syndicale (présence des coopératives ouvrières dans les expositions universelles), une large frange de la population put ainsi participer différemment à la vie économique du pays, c'est à dire au moins se faire un avis (2).

(1) R. WALTHER.- "Le tourisme industriel".- Secrétariat d'Etat chargé du Tourisme, Juillet 1984.-

(2) A ce sujet, voir B. BACHMAN.- "Tourisme scientifique et technique des salons et des foires".- C.R.C.T.- in R. WALTHER.- "Le tourisme industriel"

Tandis que la production industrielle et technique s'exposait et se valorisait, le monde de l'usine restait toujours confiné dans le secret de ses murs. "C'est un monde séparé, interdit, lieu de punition et de peine, soumis à un patron tout puissant, sans intervention de l'Etat" (1).

Retracer les mutations de l'activité industrielle française tout au long du 20^e siècle dépasse les termes de cette étude. En un mot, il convient de rappeler que le travail, par suite des progrès de la technologie, est en pleine transformation. Que se soient la durée du travail, l'intervention physique du travailleur, la géographie interne de l'entreprise, sa conception architecturale, les changements de valeurs qui font disparaître le travail en tant que seul centre de gravité de l'existence humaine... on constate une volonté de rupture d'avec les contraintes de la société industrielle. C'est en raison de cette volonté de combattre l'"aliénation" engendrée par les retombées sociales, économiques et culturelles de la croissance industrielle, que surgissent ces "nouveaux conflits" dont parle A. Touraine. Conflits qui prennent un caractère plus culturel, volontés de rupture et de reconquête de l'autodétermination, portés par la jeunesse et d'autres catégories ouvertes au changement. Désignant ce nouveau stade atteint par les sociétés développées, la "société post-industrielle" pourrait-elle inclure le tourisme industriel comme une réponse possible à cette "aliénation" ?

Le tourisme industriel est particulièrement né dans un contexte de transformation : changement des valeurs culturelles, changement des valeurs politiques, changement de l'espace technique et industriel, évolution du temps libre... Mutations également des normes éducatives : le premier public des visites d'entreprises est un public scolaire ; le savoir ne se dispense plus uniquement par les livres. A cet égard, l'importance du tourisme scolaire en direction des lieux industriels a réduit le tourisme industriel à un rôle pédagogique qui exclut souvent toute forme de participation ouvrière : les décisions de visites étant prises par le chef d'entreprise et le corps enseignant.

Terminologies et définitions

Le rapport Walther retient l'expression "tourisme industriel" pour "désigner globalement la découverte, au moyen de voyages touristiques, des divers aspects de l'activité productive et économique du pays" (2).

(1) P.H. CHOMBARD DE LAUWE.- *op. cit.* p. 8

(2) R. WALTHER.- *op. cit.* p. 25

C'est une définition qui a l'avantage de d'être suffisamment imprécise pour dépasser l'acception courante des visites guidées d'entreprises, mais qui a aussi l'inconvénient d'inclure le large champ des activités économiques alors que le terme "industriel" n'a pas la force sémantique de le recouvrir. Malgré une définition ouverte, c'est donc bien le terme en lui-même qui semble poser problème, même si étymologiquement, l'industrie désigne l'"activité intelligente, adroite et inventive des hommes". Si le rapport Walther choisit ce terme, c'est parce que "pris dans son sens large, il désigne, selon l'analyse effectuée des espaces industriels, l'ensemble des espaces transformés par l'industrie dans une société" (1). Malgré cette mise au point, le sens commun du tourisme industriel porte toujours l'idée restrictive de la visite d'usine. Bien que l'on s'efforce de faire porter l'idée par le mot, celui-ci reste inadapté.

Pour preuve, cette confusion entre tourisme industriel et tourisme technique : l'enquête du rapport Walther auprès de tous les délégués régionaux du tourisme et des Comités Départementaux, souligne bien que l'expression "tourisme industriel" n'est facilement adoptée que dans les régions fortement industrialisées. Elle exclut trop les activités traditionnelles ou artisanales : les métiers d'art, et aussi les activités agricoles. La terminologie "tourisme technique" connaît une extension plus grande et rallie un nombre important de suffrages, parce qu'elle semble exprimer le mieux ce que doit produire la découverte économique globale d'une région : "La découverte des techniques industrielles et artisanales", selon la dénomination choisie par la région des Alpes du Nord. Néanmoins, ce terme a un inconvénient : il risque d'éloigner un public que la technique n'inspire guère au-delà des centrales nucléaires ou des barrages E.D.F. Finalement, le débat reste ouvert sur le compromis des deux termes : "tourisme industriel et technique".

Les organisateurs de circuits ne s'y trompent d'ailleurs pas. Ils choisissent parfois de caractériser leur produit par un terme sur-mesure : "Le Tour de la Terre" pour l'écomusée Nord-Dauphiné ; "La Route du Cristal" pour le C.C.S.T.I. Lorraine... sans que le produit ne se diffuse publiquement sous le label tourisme industriel, qui ne convient pas directement au contenu des circuits. Par contre, l'Association pour le Développement de Tourisme Industriel du Creusot, le Centre de Culture Minière de Lorraine mentionnent précisément "Tourisme industriel" sur leurs plaquettes de présentation.

(1) R. WALTHER.- *op. cit.* p. 27

Les noms "sur-mesure" semblent appelés à se développer pour des raisons de facilités de commercialisation : le Tour de la Terre, la Route du Cristal ou de la Soie évoquent plus facilement le chemin que suit la découverte d'une région et de ses originalités techniques et industrielles. L'emploi de ces titres circonstanciés prouve aussi qu'il existe de multiples formules de découverte industrielle .

Le tourisme industriel tel qu'il se développe actuellement en France; inclut proportionnellement plus de dominantes "Archéologie économique - Patrimoine industriel" que des visites d'usines en activité. Ce sont plus des circuits, des itinéraires à la journée qui sont proposés, parfois même sans que soit prévue la participation d'une entreprise. Ceci pose le problème des réelles vocations du tourisme industriel, face à diverses contraintes sur lesquelles nous reviendrons plus loin.

CHAPITRE II : DES PARTENAIRES PRIVILEGIES

Introduction

Aujourd'hui, une région, un département se doit d'exploiter au maximum ses ressources. Si l'économie de la région Rhône-Alpes est largement dominée par son industrie et la haute technologie, le tourisme industriel trouve là sa justification et sa première dynamique.

Dans ce second chapitre de notre étude, nous parlerons moins de tourisme industriel que de "produits" de tourisme industriel. En effet, vouloir exploiter touristiquement le patrimoine industriel d'une région demande aux organismes responsables de penser en terme de stratégie commerciale et non pas de façon intuitive en accordant plus d'importance à l'offre qu'à la demande.

Le produit de tourisme industriel est l'assemblage plus ou moins complexe d'éléments hétérogènes auquel viennent s'ajouter les motivations variées des différents partenaires et l'obligation de s'en remettre dans la fonction de distribution, à divers intermédiaires ayant chacun des objectifs commerciaux particuliers. Tout comme il implique une grande diversité d'acteurs, le tourisme industriel doit trouver à son origine une large collaboration. Dans le cadre de la mise en place d'un programme de tourisme industriel, deux types de partenaires appellent des relations privilégiées :

- Les entreprises,
- Les professionnels du tourisme.

D'autres acteurs seront évoqués dans la conclusion de ce chapitre, mais il nous paraît important d'analyser en détail les motivations particulières des entreprises et des professionnels du tourisme pratiquant déjà le tourisme industriel, susceptibles d'y être intéressés ou, pour l'instant, méfiants vis-à-vis de ce nouveau produit. Autant d'éléments qui alimenteront le tableau Forces/Faiblesses en synthèse de notre étude.

2.1. L'ENTREPRISE

L'entreprise en activité quel que soit le niveau d'investigation dont elle fait l'objet doit rester le pôle d'intérêt d'un produit de tourisme industriel. Le développement de la première partie de notre étude a mis en lumière l'enjeu scientifique culturel et social que représentent certaines formes de tourisme industriel soucieuses d'entraîner le visiteur à la découverte non seulement d'archéologie industrielle et de musées techniques, mais aussi de paysages en mutation, de réutilisation de cités ouvrières ou d'habitat patronal, enfin et surtout de "voyages intérieurs" qu'offrent les entreprises en activités. Car c'est bien l'homme, son savoir-faire, l'architecture qu'il invente pour le mettre en oeuvre, les systèmes sociaux qu'il organise pour le produire, c'est bien l'homme et sa fantastique faculté d'adaptation qui est au coeur de chaque élément d'un tourisme industriel. A ce titre, l'entreprise locale et régionale, principal acteur de l'évolution technique apparaît comme l'élément clé de ce nouveau regard sur l'environnement industriel. Par l'authenticité de l'information qu'elle propose, seule l'entreprise peut témoigner de la dynamique de certains savoir-faire et communiquer les capacités d'innovation régionale.

Solide image industrielle de la région Rhône-Alpes

Cette image "tient" autant au nombre de ses activités traditionnelles encore bien établies (quoique parfois durement éprouvées par les mutations) qu'à la place grandissante prise par les entreprises de la Région dans de multiples secteurs de pointe". Les tableaux ci-après, tirés du document de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie (CRDI) "La part de Rhône-Alpes dans le système industriel français" montre que la région Rhône-Alpes, en arrivant 47 fois au premier rang des régions françaises, se pose indiscutablement comme un foyer industriel d'envergure.

| <u>Activités détaillées (NAP 607)</u> | <u>Effectifs R.A.</u> | <u>Part R.A./F.</u> | <u>Rang R.A.</u> |
|---|-----------------------|---------------------|------------------|
| - Tissage de scierie | 7.982 | 82,7 % | 1er rang |
| - Production de ferro-alliages | 3.816 | 73,3 % | 1er rang |
| - Moulinage-texturation soie et textiles artif. et synth. | 5.021 | 72,7 % | 1er rang |
| - Frittage des métaux et aimants permanents | 2.832 | 71,2 % | 1er rang |
| - Découpage | 6.993 | 57,9 % | 1er rang |
| - Construction de machines-textiles | 4.854 | 57,4 % | 1er rang |
| - Construction de véhicules industriels | 17.833 | 51,4 % | 1er rang |
| - Articles de sport et de camping | 5.104 | 48,6 % | 1er rang |
| - Production et transformation de matières fissiles | 4.353 | 45,5 % | 1er rang |
| - Production métaux non ferreux autres qu'aluminium | 821 | 42,6 % | 1er rang |
| - Produits de consommation en matières plastiques | 4.869 | 40,7 % | 1er rang |
| - Autres demi-produits non ferreux | 1.157 | 40,0 % (estim.) | 1er rang |

A un second niveau de spécialisation toujours très caractéristique de Rhône-Alpes, se placent 19 activités industrielles détaillées qui concentrent entre 25 et 40 % de leurs effectifs nationaux dans la Région :

| <u>Activités détaillées (NAP 600)</u> | <u>Effectifs R.A.</u> | <u>Part R.A./F.</u> | <u>Rang R.A.</u> |
|--|-----------------------|---------------------|------------------|
| - Production des fils et fibres artif. et synthétiques | 3.992 | 38,3 % | 1er rang |
| - Textiles élastiques | 1.051 | 38,0 % | 1er rang |
| - Acide sulfurique et électrochimie | 4.104 | 35,3 % | 1er rang |
| - Enduction d'étoffes | 905 | 34,9 % | 1er rang |
| - Engrenages et organes de transmission | 4.387 | 32,1 % | 1er rang |
| - Matériel de mines et de forage | 2.042 | 31,4 % | 1er rang |
| - Articles de bureau et articles de Paris | 2.455 | 30,9 % | 1er rang |
| - Production de matières plastiques | 5.548 | 29,4 % | 1er rang |
| - Matériel de travaux publics | 5.518 | 29,3 % | 1er rang |
| - Transmissions hydrauliques et pneumatiques | 1.889 | 28,9 % | 1er rang |
| - Autres vêtements de dessus en bonneterie | 3.961 | 28,5 % | 1er rang |
| - Outillage à main et électroportatif | 3.797 | 28,4 % | 1er rang |
| - Etirage et profilage de l'acier | 622 | 28,2 % | 2e rang |
| - Roulements | 4.276 | 27,6 % | 1er rang |
| - Teinture, apprêts et impressions | 6.564 | 27,4 % | 1er rang |
| - Pièces et équipements pour cycles et moto. | 2.274 | 26,7 % | 1er rang |
| - Matériel aéraulique, thermique et frigorifique | 7.790 | 25,7 % | 1er rang |
| - Rubans, tresses et passementeries | 1.718 | 25,5 % | 1er rang |
| - Outillage pour machines | 3.146 | 25,3 % | 2e rang |

A un troisième niveau de spécialisation, la Région se distingue encore nettement avec 48 activités détaillées pour lesquelles Rhône-Alpes rassemble entre 15 et 25 % des effectifs de France entière :

| | | | |
|--|-------|--------|----------|
| - Tubes électroniques et semi-conducteurs | 5.037 | 24,6 % | 1er rang |
| - Mat. pour sidérurgie, fonderie et mat. fixe de chemin de fer | 1.878 | 24,6 % | 1er rang |
| - Machines-outils à métaux | 4.531 | 24,5 % | 1er rang |
| - Machines pour papier-carton et arts graphiques | 1.560 | 24,2 % | 1er rang |
| - Corseterie, gaines et soutien-gorge | 2.177 | 23,2 % | 1er rang |
| - Isolateurs et pièces isolantes verre et céramique | 576 | 23,0 % | 2e rang |
| - Bijouterie-joaillerie | 2.921 | 22,7 % | 2e rang |
| - Production d'aluminium | 1.633 | 22,2 % | 2e rang |
| - Fabrication de papier-carton | 6.835 | 21,8 % | 1er rang |
| - Quaterie | 912 | 21,5 % | 2e rang |
| - Produits divers de chimie minérale | 1.058 | 21,2 | 1er rang |
| - Equipements d'automatisation de processus industriels | 2.476 | 21,1 % | 2e rang |
| - Autres produits pharmaceutiques | 895 | 20,8 % | 2e rang |
| - Articles de papeterie | 2.119 | 20,7 % | 2e rang |
| - Chimie organique et matières colorantes de synthèse | 7.100 | 20,4 % | 1er rang |
| - Matériel électrique de grande puissance ou H.T. | 7.374 | 20,3 % | 2e rang |

| | | | |
|---|-------|--------|----------|
| - Equipement électr. B.T. et électronique de puissance | 2.637 | 20,3 % | 1er rang |
| - Turbines et équipements de barrages | 2.066 | 20,2 % | 3e rang |
| - Pièces industrielles en matières plastiques | 6.568 | 20,1 % | 1er rang |
| - Jeux, jouets, articles de puériculture | 2.771 | 20,0 % | 1er rang |
| - Carrosserie, bennes, remorques utilitaires | 4.380 | 19,8 % | 1er rang |
| - Etoffes à mailles | 868 | 19,7 % | 3e rang |
| - Traitement et revêtement des métaux | 2.505 | 19,4 % | 2e rang |
| - Appareillage B.T., relais, signalisation | 4.937 | 19,3 % | 2e rang |
| - Petits articles métalliques | 2.419 | 18,9 % | 3e rang |
| - Eléments plastiques pour bâtiment | 1.136 | 18,9 % | 2e rang |
| - Articles de ménage, coutellerie | 2.978 | 18,7 % | 1er rang |
| - Boulonnerie-visserie | 2.541 | 18,7 % | 2e rang |
| - Machines tournantes, transfo. petite et moyenne puissance | 3.392 | 18,6 % | 1er rang |
| - Accessoires d'ameublement en bronze et fer forgé | 1.001 | 18,5 % | 1er rang |
| - Laminage à froid de l'acier | 640 | 18,4 % | 4e rang |
| - Fils et câbles électriques isolés | 4.899 | 18,2 % | 2e rang |
| - Tannerie-mégisserie | 1.631 | 18,2 % | 2e rang |
| - Matériel d'éclairage | 1.190 | 18,2 % | 2e rang |
| - Matériel médico-chirurgical, prothèses | 2.120 | 18,0 % | 2e rang |
| - Machines pour IAA, les industries chimiques et chaussures | 7.088 | 17,9 % | 2e rang |
| - Abrasifs appliqués | 594 | 17,9 % | 2e rang |
| - Forge, estampage, matriçage | 3.890 | 17,7 % | 2e rang |
| - Produits phytosanitaires | 1.740 | 17,7 % | 2e rang |
| - App. mén. de cuisine, chauff. eau et chauffage air non élect. | 1.86- | 17,5 % | 3e rang |
| - App. de pesage, compteurs et instruments de métrologie | 923 | 17,4 % | 2e rang |
| - App. frigo. domest., machines à laver, lave-vaisselle | 2.270 | 17,2 % | 2e rang |
| - App. de contrôle, régulation et instruments de mesure | 4.748 | 17,0 % | 2e rang |
| - Pompes et compresseurs | 2.396 | 17,0 % | 2e rang |
| - Mélanges, feuilles, films, tubes, tuyaux, profilés en mat. plast. | 2.895 | 16,2 % | 1er rang |
| - Instruments d'optique et de précision | 801 | 15,8 % | 2e rang |
| - Caravanes, remorques de tourisme | 740 | 15,8 % | 2e rang |
| - Mécanique générale, moules et modèles | 9.987 | 15,4 % | 2e rang |
| - Demi-prod. en alum. et en autres métaux légers | 2.176 | 15,2 % | 1er rang |

Enfin, à un quatrième niveau, on trouve encore 32 activités industrielles détaillées qui donnent à Rhône-Alpes une place assez avantageuse puisqu'elles représentent pour chacune d'entre elles entre 10 et 15 % des moyens humains

de production (c'est-à-dire plus que sa part de population dans le pays).

Par ordre décroissant des parts régionales, ce sont :

| <u>Activités détaillées</u> | <u>Effectifs R.A.</u> | <u>Part R.A./F.</u> | <u>Rang R.A.</u> |
|---|-----------------------|---------------------|------------------|
| - Chaux et ciments | 1.886 | 14,4 % | 2e rang |
| - Emballages en matières plastiques | 3.298 | 14,2 % | 1er rang |
| - Fonderie métaux non ferreux | 2.953 | 14,2 % | 2e rang |
| - Maroquinerie et articles de voyages | 1.802 | 14,2 % | 2e rang |
| - Lunettes de correction et protection de la vue | 1.446 | 14,2 % | 3e rang |
| - Transformation du papier | 3.566 | 14,0 % | 3e rang |
| - Matériel de manutention et de levage | 4.434 | 13,7 % | 2e rang |
| - Cartonnages | 2.661 | 13,7 % | 2e rang |
| - Appareils de radiologie et électronique médicale | 661 | 13,4 % | 2e rang |
| - Chandails, pull-overs, polos, giets en bonneterie | 2.853 | 13,3 % | 3e rang |
| - Chaussures | 8.629 | 12,8 % | 3e rang |
| - Verre creux mécanique | 3.766 | 12,8 % | 2e rang |
| - Lampes électriques | 692 | 12,7 % | 4e rang |
| - Accessoires de l'habillement | 613 | 12,6 % | 3e rang |
| - Tréfilerie de l'acier | 2.356 | 12,1 % | 3e rang |
| - Verre plat, miroiterie | 2.090 | 12,1 % | 3e rang |
| - Production-distribution d'électricité | 14.869 | 12,0 % | 2e rang |
| - Autres appareils ménagers | 3.808 | 11,7 % | 3e rang |
| - Découpe-emboutissage | 3.304 | 11,7 % | 3e rang |
| - Quincaillerie | 2.035 | 11,7 % | 3e rang |
| - Robinetterie | 2.090 | 11,6 % | 3e rang |
| - Tissage coton et lin | 4.207 | 11,5 % | 3e rang |
| - Chaudronnerie | 9.421 | 11,4 % | 3e rang |
| - Fabrication de bases pour la pharmacie | 1.403 | 11,4 % | 2e rang |
| - Tissage de la laine | 910 | 11,3 % | 3e rang |
| - Fabrication de sièges | 2.064 | 10,9 % | 3e rang |
| - Vêtements pour enfants | 1.508 | 10,9 % | 3e rang |
| - Produits en béton | 2.658 | 10,6 % | 2e rang |
| - Production de spécialités pharmaceutiques | 6.343 | 10,5 % | 3e rang |
| - Appareillage électrique d'installation | 1.320 | 10,3 % | 3e rang |
| - Carton ondulé | 1.652 | 10,2 % | 2e rang |
| - Extraction de sables et graviers | 952 | 10,2 % | 2e rang |

Quelles réponses des entreprises aux demandes de visite ?

Si toutes les entreprises font l'objet de demandes de visite, elles ne répondent pas de la même manière à toutes ces demandes. Nous pouvons distinguer deux types de réponses :

- pour toutes, une ouverture naturelle à un type de tourisme industriel que nous qualifierons de "spontané",
- pour certaines, la mise en place d'une politique d'ouverture pour répondre à des formes de tourisme industriel "organisé".

2.1.1. Ouverture spontanée

Toutes les entreprises s'ouvrent "spontanément" à trois types de visites qui les mettent en rapport avec un public privilégié et très motivé.

DES VISITES COMMERCIALES OU LE TOURISME D'AFFAIRES

L'entreprise accueille des visites commerciales : elle reçoit ses principaux fournisseurs et clients. M. Loth, chargé des relations publiques chez CHERRY-ROCHER (La Côte St-André) nous confie que l'aménagement du parc d'agrément autour de la très belle maison de maître qui abrite les bureaux est une façon de séduire ce type de visiteurs "les représentants, clients et fournisseurs travaillant dans les liqueurs et spiritueux sont habitués à évoluer dans un certain décorum". Pour ces visites, l'enjeu économique, dans le sens de l'amélioration des relations commerciales est évident.

Le tourisme d'affaires est sans nul doute, du fait de l'enjeu évident qu'il représente pour les entreprises, le secteur où les activités de tourisme industriel sont les plus organisées et les plus nombreuses. Nous retiendrons pour l'illustrer l'expérience régionale développée par BREF RHONE-ALPES. Les voyages de tourisme industriel que propose Bref Rhône-Alpes s'adressent principalement aux chefs d'entreprises et cadres supérieurs de la région Rhône-Alpes soucieux de rencontrer leurs homologues étrangers et de mieux comprendre le contexte économique dans lequel se développent les entreprises hors de nos frontières. Ce type de voyages trouve une pertinence toute particulière à l'horizon 92. Ces voyages s'établissent en collaboration avec une agence de voyages lyonnaise, et constituent un produit qui répond directement aux besoins d'un public très ciblé. Nous vous invitons à consulter l'annexe n° qui présente le dernier voyage organisé sur Londres par Bref Rhône-Alpes et de détail de son programme.

LES VISITES SOCIO-ECONOMIQUES

Les grands services publics (EDF, SNCF, Administrations régionales ou départementales, Conseil Général, Chambre Consulaire, mairies des communes...) viennent s'informer sur les perspectives, à moyen et long terme, d'activité de l'entreprise. Cette ouverture de l'entreprise aux élus en particulier, répond à un souci d'insertion locale que l'entreprise ne néglige pas.

Les opérations "Portes ouvertes" qui satisfont ponctuellement la curiosité du public (pour l'entreprise) en est une autre manifestation selon M. Marthos (Président du Groupement des Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative du Nord-Isère).

" Les opérations portes-ouvertes, là encore, il y a une confusion qu'il ne faut pas faire. L'opération "Porte Ouverte" sert à renforcer l'image de marque de l'entreprise au sein de la communauté à laquelle elle appartient, au sein des élus du site dans lequel elle est ou des populations du site dans lequel elle est. Parce que pour une entreprise, il peut être important que les élus le maire, le conseiller général sachent qu'elle a une activité, quelle draine x emplois, x chiffre d'affaire. Parce que le jour où elle pourra connaître éventuellement quelques difficultés ou qu'elle aura besoin du pouvoir décisionnel de la commune, à ce moment là, elle aura une bienveillance un peu plus grande que si elle était tout à fait inconnue sur son site. Je dirai que là c'est plutôt une assurance tous risques".

Signe d'ouverture de l'entreprise ou opération médiatique calculée ? (En 1983, 1 600 entreprises organisent des opérations Portes Ouvertes qui accueillent 380 000 visiteurs- rapport Walter). En tous cas, une "tradition nouvelle" vite adoptée par l'ensemble du personnel et du public (8 000 personnes pour la première opération "Porte ouverte de Cherry-Rocher) à laquelle l'Ecomusée Nord-Dauphiné participait. Supprimée la 3e année pour cause de travaux, de nombreux appels téléphoniques au siège de la société attestaient de la demande du public pour ce type de manifestation : l'entreprise semblait avoir rompu une tradition de la maison, vieille de deux ans seulement ! Quelque soit la motivation pour l'organisation d'une journée "Porte ouverte", l'affluence du public ces jours-là dans l'enceinte de l'entreprise est un des éléments qui permet de baliser une étude de marché. Encore, faut-il tenir compte du fait que tous les secteurs d'activités ne sont pas aussi attractifs. L'agro-alimentaire en général, la liquoristerie en particulier ont une longue expérience des visites d'entreprises



Cherry en fête!

16 JUN 85 :
JOURNÉE
PORTES OUVERTES

Il y aura
la visite du Musée des Liqueurs, du
Château de Champvert, des caves, de la
distillerie, du verger d'études...
Des orgues de barbarie, de la musique, des ani-
mations...
Une collection unique d'affiches anciennes, l'Ecomusée
du Nord Dauphiné, une exposition de machines agricoles
d'autrefois.
Venez en famille ou avec vos amis,
l'équipe Cherry Rocher vous
accueillera à la Côte St André,
toutes portes ouvertes de 11 h
à 20 h.

**Cherry
Rocher**
La Côte St André - Isère

Cerises à gogo, pique-nique, crêpes, sandwiches, bar.

et leurs opérations "portes ouvertes" sont régulièrement des succès. Il est probable que d'autres secteurs d'activité (chimie, tréfilerie, etc...) accueilleraient, lors d'occasions semblables, un public plus confidentiel. Notons cependant les propos de M. Bernier, Chef de service "Protection et Environnement" aux usines Solvay-Tavaux recueillis lors du colloque d'Exincourt "Les enjeux du tourisme industriel" concernant une opération "Porte ouverte" en avril 1983 : Dans cette usine de produits chimique "les fabrications sont statiques, le personnel de conduite et de surveillance des installations est très réduit (guère plus d'une personne à l'hectare). Les produits n'ont aucune originalité, ni caractère spectaculaire particulier". A l'origine de l'opération, une exposition organisée à Dôle "La Chimie au quotidien" destinée à faire comprendre au grand public comment nos produits, à travers leur utilisation se retrouvaient chez lui. A cette occasion, nous avons organisé des Tours d'usine en autobus. Nous avons eu 7 800 visiteurs (alors que nous en escomptions beaucoup moins) dont 3 400 sont venus à l'usine. M. Bernier souligne qu'il n'y a pas d'enjeu "publicitaire" parce que nos produits n'arrivent pas directement chez le consommateur... Les visites sont souhaitables dans la mesure où elles contribuent à démystifier un certain nombre d'a priori concernant l'Industrie Chimique et à mieux la faire connaître." Ainsi les opérations "Portes ouvertes", selon le secteur d'activité, ont des enjeux différents. Elles sont en tous cas un signe d'ouverture de la part de l'entreprise.

LE TOURISME TECHNIQUE sous formes de voyages d'études :

Ce sont surtout des étudiants, élèves ingénieurs, enseignants et professionnels qui viennent chercher des compléments d'information sur des problèmes particuliers, techniques ou d'autre nature, ou qui viennent s'initier à d'autres technologies. L'entreprise joue ici un rôle pédagogique de haut niveau. Celui-ci est directement lié aux besoins de recrutement de personnel qualifié qu'elle doit satisfaire régulièrement au cours de son évolution. Dans ce cas précis de visite, il nous semble tout à fait intéressant de nous pencher plus longuement sur une expérience lyonnaise réalisée par le Centre Régional d'Information Jeunesse : "Le Passeport Découverte". Bien que n'ayant pas un caractère touristique ce produit qui est une formule du "passeport vacances" suisse, mis au point par l'association Pro-Juventu, a beaucoup de points communs avec les éléments composites d'un produit de tourisme industriel. Il développe entre

l'entreprise et un organisme formateur un style de rapports privilégiés très proche du style de relations souhaitées entre des chefs d'entreprises et des créateurs de circuits de tourisme industriel (98 % des passeports proposent au moins une fois une visite d'entreprise artisanale ou industrielle et découverte de métiers).

Le Passeport-Découverte c'est :

- un programme proposant des découvertes (6 découvertes possibles, en matinée, l'après-midi ou la journée entière) en période de vacances pour les jeunes âgés de 12 à 18 ans. Activités proposées par 300 partenaires aujourd'hui, adhérant à l'opération (entreprises industrielles et artisanales, services publics et associations, activités libérales comme l'architecture, la publicité, médecine vétérinaire, mais aussi des activités sportives, de loisirs et culturelles),
- un livret cartonné dans lequel figurent les activités choisies,
- un laissez-passer pour utiliser les transports en commun de l'agglomération lyonnaise,
- un prix modique laissant le passeport à la portée de toutes les bourses.

Comme les circuits de tourisme industriel, le Passeport-Découverte propose :

- une "démarche informative nouvelle" en offrant une information de terrain : "la prise de contact avec un métier, non pas dans un cadre impersonnel, mais directement dans l'entreprise, l'atelier, ceci afin d'approcher une réalité souvent mal perçue à travers des documents écrits ou une conférence : conditions de travail, organisation d'une entreprise, etc...
- une vision globale de l'environnement en permettant au cours d'activités de loisirs une approche du monde au travail, et "favorisant ainsi une appropriation par le participant du milieu économique et culturel dans lequel il vit"

Le participant a choisi son activité. Aux yeux de l'entreprise, il constitue un public motivé, a priori plus intéressé par ce qu'il va voir que certains élèves accueillis au cours de visites scolaires imposées. M. Paillet, Directeur du C.R.I.J. de Lyon, nous précise que certains chefs d'entreprises qui reçoivent les jeunes du Passeport-Découverte ont renoncé par ailleurs à accueillir des visites scolaires moins bien vécues par les élèves et peut-être plus gênante pour l'entreprise, les groupes étant plus importants.

12 18 ans

PASSEPORT DECOUVERTE

C.R.I.J.

AIN-LOIRE-RHONE

à vous

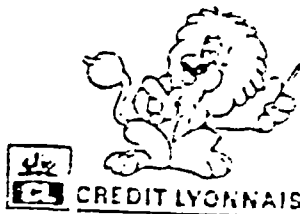
l'initiative

vacances février 87
inscription au **CRJ**
tél: 78.42.91.18

LYON MATIN

CRJ CENTRE
REGIONAL
INFORMATION
JEUNESSE
DU LYONNAIS

9 QUAI DES CELESTENS / 69002 LYON



ca. unbaumer-ecoe presqu re

La moitié et parfois 60 % des jeunes utilisateurs des Passeports-Découverte sont à l'âge de choix d'orientation professionnelle et constituent une éventuelle source de recrutement de personnel qualifié dans la profession. Cet enjeu "recrutement" est loin d'être négligeable puisque, nous dit M. Paillel, certaines entreprises de mécanique lourde, par exemple, demandent à faire partie du Passeport-Découverte afin de changer l'image de ce secteur d'activité aux yeux des jeunes (métier salissant, bruyant) et faire connaître l'évolution des conditions de travail dans ce métier. Cet exemple témoigne de l'utilisation par le chef d'entreprise du Passeport-Découverte comme un véritable outil de communication en direction d'un public très ciblé.

L'entreprise garde toute l'initiative de l'organisation des visites et signe une convention-type. "Il appartient donc à l'entreprise de décider de la ou des dates, des horaires ainsi que de l'importance du ou des groupes qu'elle va accueillir et si les jeunes peuvent participer directement (exemple : pâtissier, publicité peinte...). Une convention-type précisant les modalités exactes de l'activité est signée entre l'entreprise et le C.R.I.J. ; l'ensemble des conventions constituent un fichier complet permettant au programme d'activités de se construire.

Conclusion (Cf. annexe 2)

Le "Passeport-Découverte" est riche d'enseignement pour qui a l'ambition d'un tourisme industriel de qualité. Au même titre que les opérations "Portes Ouvertes" son succès témoigne d'une volonté d'ouverture de la part des entreprises. Une ouverture qui n'est cependant pas générale puisque "certaines entreprises refusent malheureusement l'accueil des jeunes, en particulier les entreprises chimiques, pharmaceutiques, textiles et les entreprises à technicité avancée, les premières raisons invoquées étant la sécurité et le secret professionnel. Et pourtant, ces secteurs sont très présents sur l'agglomération lyonnaise". Si l'ouverture se fait, elle ne se fait pas innocemment : l'entreprise apprécie et s'ouvre plus volontiers à un public motivé, elle saisit cette occasion pour lui transmettre un message, d'autant plus fort que ce public est finement ciblé. Sans aller jusqu'à opter pour une politique d'ouverture à un public plus large, "il est important de noter que certaines entreprises, industrielles ou artisanales proposent spontanément de participer au renouvellement de l'opération Passeport-Découverte" ou aiguillent le C.R.I.J. vers leurs collègues pour le passeport suivant. Il semble que le label qualité du Passeport découverte ait désamorcé la crainte de certaines entreprises d'être visitées d'une manière régulière.

2.1.2. Eléments d'appréciation d'une politique d'ouverture des entreprises

Cette politique d'ouverture est la condition sine qua non pour la mise en route commerciale d'un programme de tourisme industriel qui doit se faire connaître à travers des dépliants, des guides et des brochures touristiques conçus longtemps à l'avance. Ces programmes doivent être fiables sur un minimum de temps (année ou brochure saisonnière des agents de voyages et autocaristes). Le produit de tourisme industriel doit posséder ce que l'on nomme "réassurance" et qui correspond à la disponibilité du produit. Cette composante du produit est sans aucun doute la plus difficile à traiter compte-tenu de la complexité et de la diversité du tissu industriel régional, chaque secteur d'activité ayant des motivations particulières quant à l'ouverture ou la non-ouverture de ses entreprises à un public large.

En région Rhône-Alpes deux questionnaires ont été diffusés récemment en vue de la publication d'un document sur le tourisme industriel et technique à destination du grand public :

- questionnaire du Centre de Culture Scientifique et Technique (CCST) de Grenoble, sous la responsabilité d'Odile Lantz,
- questionnaire Bref Rhône-Alpes en collaboration avec le Conseil Régional et la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie.

Ayant obtenu la possibilité de consulter les fiches réponses à ces questionnaires, nous les avons dépouillées en fonction de variables pertinentes pour notre étude. Nous tenons toutefois à souligner :

- . que le questionnaire du CCST est limité à une centaine d'entreprises. Mais les résultats, mêmes fragmentaires qu'il offre sont intéressants à analyser dans la mesure où certaines questions significatives pour notre étude sont posées avec plus de précisions que dans le questionnaire Bref Rhône-Alpes - CRCI,
- . que deux questions du document Bref Rhône-Alpes - CRCI, pertinentes dans le cadre de notre réflexion ne donneront que des résultats indicatifs par manque de précision :

- Quels types de visiteurs accepteriez-vous de recevoir ?

La dénomination "Tourisme industriel" pour l'une de ces catégories n'est pas suffisamment définie. Il semble que certaines réponses aient été négatives par ignorance de ce que ces termes recouvraient comme typologie de visiteurs.

- Conditions particulières de visite

Cette question n'a pas été posée dans le détail (en comparaison de la lettre questionnaire du CCST de Grenoble) et très peu de place était réservée à la réponse. On note donc une forte proportion de non-réponses ou de réponses négatives.

. Soulignons en outre, qu'aucun des formulaires ne pose la question des dates de fermeture des entreprises qui est, à notre avis, un élément à prendre en compte pour le bon usage d'un guide ou la pratique d'un circuit de tourisme.

ANALYSE SUCCINCTE DU QUESTIONNAIRE DIFFUSE PAR LE CCST DE GRENOBLE

(Cf. lettre ci-après)

Ce questionnaire fut diffusé dans le cadre d'une étude du CCST de Grenoble réalisée pour le compte de l'Etablissement Public Régional au titre du Contrat de Plan Etat-Région pour 1985. Comme action de préfiguration d'une des missions d'information sur la culture scientifique, technique et industrielle était prévue l'élaboration d'une affiche-dépliant sur le tourisme industriel et scientifique en direction d'un large public. Ce dépliant avait pour but de proposer des lieux scientifiques, techniques et industriels visitables par des publics variés (individus, scolaires, groupes, professionnels,...), ces lieux étant représentatifs de l'identité industrielle rhônalpine. Une interruption de financement n'a pas permis à cette étude d'aboutir.

Sur une centaine d'entreprises contactées, 28 ont répondu. Une seule a signifié son refus de figurer sur le dépliant et deux entreprises ont répondu que les visites étaient réservées aux professionnels, l'une d'elles précisant "nous avons constaté en effet que les visites au grand public, aux étudiants, aux scolaires, etc... sont un investissement de temps très important pour des résultats quasiment nuls". Ce type de réponse exclut de faire figurer l'entreprise sur un dépliant destiné à un public large. Nous pensons que beaucoup d'entreprises qui n'ont pas retourné le questionnaire, tiennent ce raisonnement ou sont indifférents à cette nouvelle forme de communication. Il est donc logique de retrouver dans les réponses des structures qui ont déjà une politique d'accueil du grand public :

- grosses entreprises (Evian, Salomon...). Sur les 28 entreprises contactées, E.D.F. en représente 3 (4 si nous tenons compte de la Centrale du Tricastin qui figure dans le dépliant tourisme industriel de l'Association Richesse



Centre
Culturel
Scientifique et
Technique

16 JAN. 1986

Adresser toutes les lettres au Centre Culturel Scientifique et Technique, 10 rue de la République, 38000 Grenoble.

1986

1986 OL/86/031

1986

16 JAN. 1986 = 8 Janvier 1986

nous souhaitons réaliser une affiche dépliant sur le thème du "Tourisme de la découverte économique et industrielle" dans la région Rhône-Alpes. Cette opération, inscrite comme préfiguration d'un rôle régional de culture scientifique, technique et industrielle, fait suite à une étude demandée par l'Etablissement Public Régional et confiée au Centre Culturel Scientifique et Technique, sur la définition des missions d'informations dans ce domaine.

Ce document a pour but de faire connaître et découvrir les lieux où se développent les techniques et les pratiques industrielles. L'ouverture de ces lieux de savoirs et de savoir-faire au public permettra de mieux faire connaître dans le cadre du tourisme régional économique, la diversité, la vie et le fonctionnement des établissements scientifiques, techniques et industriels en Rhône-Alpes.

Ce dépliant présentant ces divers pôles d'activités pourra par la suite être agrémenté de fiches techniques décrivant les lieux qui peuvent être visités, la vie des entreprises, leurs productions...

C'est à cette occasion que je me permets de vous contacter. J'ai eu vos coordonnées par l'intermédiaire de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Rhône-Alpes (Monsieur EANCHET) qui avait déjà réalisé en 1980 un répertoire régional du tourisme technique.

Si vous acceptez de figurer sur cette affiche-dépliant, il me faudrait par retour du courrier, que vous me fassiez parvenir (si possible avant le 15 Janvier 1986) certaines informations pour me permettre de réaliser ce document :

- vos conditions précises des modalités de visites de votre établissement au niveau :

= du public (grand public, scolaire, étudiant, universitaire, professionnel, autre...)

.../...



.../...

- =des visites (individus, en groupe, le nombre maximum de personnes)
 - =des conditions et des périodes de visites (sur rendez-vous, selon disponibilité, toute l'année, heures, à convenir...)
 - =le nom et le numéro de téléphone d'un responsable
- le type d'activité et les productions de votre établissement

En espérant vivement que cette opération retiendra toute votre attention je vous remercie par avance de votre participation, et vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de mes respectueuses salutations.

Odile LANTZ
Chargée de mission.

du Tricastin - Cf. annexe 3 - L'organisation très élaborée de visites (Cf. annexe n° 4) est pour EDF un moyen direct de changer son image de marque trop fortement connotée "nucléaire" dans l'opinion publique. Le tourisme industriel est une réponse au très fort besoin d'insertion locale de ses projet. CITI Conseil, agence privée de communication, qui fut à l'initiative de l'ouverture des portes d'un chantier de centrale nucléaire au grand public (Paluel en 1978) rappelle que "Depuis, sur l'ensemble des sites nucléaires en construction ou en service, 4 000 000 de visiteurs ont été reçus par EDF, nous en avons traités 750 000, soit près de 20 %. Or en 1978, 40 % des français étaient anti-nucléaires ou fortement contre. En 1984, il n'en reste que 15 %. D'une force politique incontestable, cette opposition est devenue une minorité généralisée qui même lors de l'événement aussi grave que l'accident de la centrale nucléaire de Tchernobyl, n'a pu réellement reprendre une position offensive !".

- PME/PMI appartenant en forte proportion à l'agro-alimentaire (13 sur 28), Cherry-Rocher, Chartreuse, Miellerie, Coopérative de Beaufort pour qui la visite de l'entreprise est une publicité directe et qui se sont dotées d'un magasin de vente . En majorité, elles accueillent des visites :
 - . de groupe (22 sur 28) de 35 personnes en moyenne,
 - . tout public (15 sur 28),
 - . toute l'année sur rendez-vous (21 sur 28).
 - . Six peuvent se visiter individuellement.

Ce questionnaire qui avait pour but la réalisation d'un dépliant grand public sur le tourisme industriel, et dont vous trouverez la traduction cartographique en annexe,* fait apparaître les "valeurs sûres" de ce tourisme, comme il en existe dans le tourisme classique : elles ne s'appellent plus Pérouges, Vieux Lyon ou cathédrale St-Jean, mais liquoristerie de la Grande Chartreuse, Centrale de Creys Malville ou Barrage de Grand Maison... "Les cathédrales de l'industrie" ! (Brunot Jacquot, Sciences et Vie Economie).

* Annexe 21

QUESTIONNAIRE BREF RHONE-ALPES - CHAMBRE REGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

En décembre 1986, Bref Rhône-Alpes, en collaboration avec le Conseil Régional Rhône-Alpes et la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, diffuse deux questionnaires auprès des entreprises régionales en vue d'un système d'information informatisé recensant les entreprises qui acceptent les visites.

Le questionnaire de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie ne posant pas toutes les questions de celui de Bref Rhône-Alpes, certains pourcentages ne porteront que sur les réponses au document Bref Rhône-Alpes, tandis que d'autres porteront sur l'ensemble des entreprises ayant répondu aux deux structures (BRA - CRCI)

Taux de participation aux questionnaires BRA - CRCI (Tableau 1)

17 % : ce chiffre confirme les signes d'ouverture dont nous avons parlé précédemment, mais montre en même temps qu'un travail important de sensibilisation reste à faire.

Secteurs d'activités représentés (BRA - CRCI) (Tableau 2)

Fort pourcentage (24 %) du secteur mécanique et machines ainsi que de l'agro-alimentaire. Nous rappelons que l'agro-alimentaire a une forte tradition d'ouverture de ses entreprises motivée par la publicité directe qu'elles font à cette occasion. Le pourcentage des entreprises textiles reflète la spécialisation de notre région dans ce secteur d'activité. Ce chiffre doit être perçu positivement compte-tenu de l'espionite dont ce secteur est l'objet.

Effectif des entreprises (BRA - CRCI) (Tableau 3)

45 % des entreprises ont plus de 50 salariés et 29 % entre 10 et 50 salariés. Le fait que ces pourcentages concernent deux tranches moyennes d'effectif indique qu'une politique d'ouverture n'est pas directement liée aux moyens financiers des entreprises, mais est plutôt un choix de communication de certaines d'entre elles. Ces entreprises de taille moyenne sont souvent dotées d'un comité d'entreprise qui peut s'avérer une structure d'appui interne utile pour la mise en place d'un programme de tourisme industriel.

Nombre de visiteurs acceptés (BRA - CRCI)

49 % des entreprises acceptent des groupes de 10 à 25 personnes et 21 % des groupes de moins de 10 personnes. Ces chiffres attestent la difficulté

à diffuser des produits de tourisme industriel sur des circuits commerciaux qui drainent des groupes souvent plus importants. Mais ces réponses reflètent en partie, de la part des industriels, une crainte du "grand public" et les rapports privilégiés qu'une structure médiatrice peut établir avec une entreprise est susceptible de modifier l'importance des groupes de visiteurs acceptés.

Habitude de recevoir des groupes (BRA)

44 % des entreprises ayant répondu au questionnaire Bref Rhône-Alpes ont l'habitude de recevoir des groupes, toutes typologies de visiteurs confondues. Ce chiffre doit être mis en parallèle avec le pourcentage traduisant le type de visiteurs souhaité : industriels 73 %. L'habitude de recevoir des groupes est trop souvent liée au tourisme spontané dont nous faisons état au début de chapitre.

Conditions de visites (BRA - CRCI)

Sur rendez-vous : 53 %. Ce chiffre est faible en raison du peu de place et du manque de précision réservée à cette rubrique dans le questionnaire Bref Rhône-Alpes. Les visites d'entreprises étant à quelques exceptions près des visites de groupe, le rendez-vous préalable est une condition dont le pourcentage devrait avoisiner les 90-95 %.

Jours spécifiques. 61 % des entreprises qui ont répondu à cette question ont des jours spécifiques. C'est aussi un chiffre à rectifier pour les mêmes raisons que celles évoquées ci-dessus et compte-tenu du fait que la plupart des entreprises sont fermées le week-end. Ce dernier élément constitue une contrainte majeure pour la découverte du monde du travail proposée dans un temps de loisir.

Visiteurs étrangers (BRA)

Notons ici un très fort pourcentage des entreprises qui ont répondu à cette question. Cet aspect de l'accueil, même concentré en grande partie sur le tourisme d'affaire, joue en faveur de la prise en compte de la visite d'entreprise par les professionnels du tourisme.

Service d'accueil (BRA)

Un fort taux de non-réponse (39 %) ne permet pas une exploitation pertinente des réponses. Nous le regrettons, car la mise en place d'un service

d'accueil permet de renseigner sur le caractère régulier ou ponctuel des visites de groupes dans l'entreprise. Nous assimilerons dans notre analyse les non-réponses au non : détacher un technicien ou un responsable momentanément de son poste de travail pour assurer une visite, ce qui est souvent le cas, ne constitue pas aux yeux des industriels un service d'accueil.

Nous retrouvons ce même schéma concernant les équipements en salles audiovisuelles et salles de réunion. Ces espaces semblent ne pas être perçus dans la double fonction travail/accueil du public extérieur, mais réservés, quand ils existent, à l'usage du seul personnel de l'entreprise.

Équipements et procédés de fabrication originaux (BRA)

Cette question accuse un fort taux de non-réponse que l'on peut interpréter de différentes façons :

- Espionite ?
- Mauvaise compréhension de la question : caractère spectaculaire ou aspect novateur de la fabrication ?
- Procédé classique de fabrication ne permettant pas de répondre à la question par oui ou non.

Guidage en langues étrangères (BRA)

44 % des entreprises peuvent assurer une visite en langue étrangère, pour la plus grande part, cette langue étant l'anglais. Ce chiffre est à rapprocher du pourcentage fort de visiteurs étrangers accueillis.

Typologie de visiteurs souhaitée (BRA - CRCI)

73 % d'industriels : ce pourcentage atteste la prédominance du tourisme d'affaire. Il souligne l'enjeu commercial évident des entreprises dans leur volonté d'ouverture.

58 % de scolaires : ce chiffre est à moduler dans la mesure où la question de Bref Rhône-Alpes ne précise pas scolaire-enfant. Beaucoup d'entreprises, en effet, limitent les visites scolaires à des étudiants ingénieurs et techniciens.

42 % de tourisme industriel : un pourcentage intéressant dans le cadre de notre réflexion soulignant que le tourisme industriel bénéficie d'une base de départ et a un avenir. Rappelons qu'il s'agit des types de visiteurs souhaités. Comme nous l'avons mentionné plus avant, l'exploitation de cette question aurait

pu être plus fine si les termes tourisme industriel (employé par Bref Rhône-Alpes) avaient été précisés (touristes, club 3e âge, association, comités d'entreprises). En effet, certaines réponses précisait que les clubs 3e âge n'étaient pas souhaités. D'autres entreprises acceptaient tout public sauf les professionnels (en raison de l'espionnage). Ce dernier aspect n'est pas prédominant, mais assez important pour que nous portions ci-dessous la liste par ordre décroissant des formalités spéciales demandées par certaines entreprises :

1. Liste des participants (avec nom et fonction, éventuellement carte professionnelle),
2. Carte d'identité,
3. Visite non autorisée aux concurrents de l'entreprise (certains exigent la signature d'un engagement pour preuve de non-concurrence),
4. Pas de photographies.

Nous joignons en annexe, les conditions de visite d'une centrale nucléaire EDF.

Réponses négatives

Nous avons retenu quelques raisons motivant des refus de visite :

- Mauvais état des locaux qui donnerait une image de marque négative,
- Sécurité,
- Pas d'organisation adaptée,
- Horaires de fabrication de nuit,
- Phase de démarrage de l'entreprise,
- Fabrication hautement confidentielle,
- Visite limitée à un groupe par an.

*(Fiche questionnaire Bref Rhône-Alpes ci-après,
Fiche questionnaire C.R.C.I. Grenoble, annexe n° 26)*

LETTRE CONFIDENTIELLE HEBDOMADAIRE + BREF MINITEL + RHONE ALPES 2000

TOURISME TECHNOLOGIQUE

ET INDUSTRIEL

Lyon, le

Monsieur,

La promotion de la région Rhône-Alpes repose sur la connaissance et la mise en valeur des entreprises et entrepreneurs performants dans tous les domaines.

Votre réponse à ce questionnaire nous permettra d'établir, en liaison avec le Conseil Régional et la Chambre Régionale de Commerce, un système d'information informatisé recensant les entreprises qui acceptent de s'ouvrir à la visite.

Merci de nous aider à établir ce listing.

Regis NEYRET

RAISON SOCIALE : _____

Nom du Directeur : _____

Interlocuteur : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____

Effectifs : _____

Code APE : _____

Télex : _____

Télécopie : _____

| | | | | |
|---------------------|------|--|------|--|
| Chiffres d'affaires | 1985 | | 1986 | |
| Part à l'export | 1985 | | 1986 | |

Activité générale de l'entreprise : _____

Produits fabriqués ou diffusés par la Société : _____

Fabrication
 Services
 Négoce

T.S.V.P.

MERCI DE RENVOYER CETTE FEUILLE REMPLIE A :

CONDITIONS SME - 55, Montée de Choulans - 69323 Lyon cedex 05 - Tél. 78.42.29.53

Votre Société a-t-elle l'habitude de recevoir des groupes de visiteurs :

Français : oui Non Etrangers : oui non

Votre Société accepterait-elle de recevoir des groupes de visiteurs :

Français : oui non Etrangers : oui non

Disposez-vous :

- d'un service d'accueil et de relations publiques ? oui non

Nom de la personne responsable des visites : _____

- d'équipements audio visuels ? oui non
lesquels? _____

- de salles de réunions ?

moins de 10 places 10 à 30 30 à 50 50 à 100 plus de 100

Quels types de visiteurs accepteriez-vous de recevoir :

| | Français | | Etrangers | |
|---------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| - analystes | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
| - journalistes | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
| - sociétés | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
| - tourisme industriel | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
| - autres (préciser) _____ | | | | |

Avez-vous la possibilité d'accueillir des visiteurs dans d'autres langues que le français ?

Lesquelles? _____ oui non

Pour les visiteurs, exigez-vous des normalités spéciales

Lesquelles? _____ oui non oui non

Nombre de visiteurs acceptés : groupes de personnes

Durée optimale de la visite 1h. 2h. 3h.

Conditions particulières (horaires spécifiques, délai pour dépôt de listes de visiteurs, etc...)

Pouvez-vous présenter :

- des équipements ou installations exceptionnels ? oui non

- des processus de fabrication originaux ? oui non

- des modes de gestion sociale ou de communications spécifiques ? oui non

- lesquels : _____

TABLEAU 1

TAUX DE PARTICIPATION DES ENTREPRISES DE LA REGION RHONE-ALPES
A L'ENQUETE EFFECTUEE PAR BREF RHONE-ALPES
ET LA CHAMBRE REGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

Décembre 1986
=====

| DEPARTEMENTS | Nombre d'entreprises contactées | Nombre de réponses positives | Pourcentage de réponses positives | Nombre de réponses négatives |
|--------------|---------------------------------------|------------------------------------|---|------------------------------------|
| Savoie | 56 | 15 | 26,75 % | 0 |
| Haute Savoie | 207 | 17 | 8,20 % | 0 |
| Loire | 108 | 43 | 39,81 % | 1 |
| Isère | 207 | 40 | 19,32 % | 3 |
| Ain | 130 | 10 | 7,69 % | 4 |
| Ardèche | 24 | 5 | 20,83 % | 3 |
| Drôme | 85 | 18 | 21,17 % | 3 |
| Rhône | 576 | 77 | 13,36 % | 19 |
| C.R.C.I. | 1 000 | 182 | 18,20 % | 138 |
| <u>TOTAL</u> | 2 393 | 407 | 17 % | 171 soit 7,14 % |

Dépouillement :
ECOMUSEE NORD-DAUPHINE

REPARTITION DES REPONSES PAR SECTEUR D'ACTIVITE
QUESTIONNAIRES BREF RHONE-ALPES - CHAMBRE REGIONALE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
Décembre 1986

En %

| | |
|----------------------------|---------|
| Mécanique et machines | 23,76 % |
| Agro-alimentaire | 12,80 % |
| Textile | 8,84 % |
| Electrique et électronique | 7,43 % |
| Services | 5,99 % |
| Papier - Imprimerie | 5,78 % |
| Divers Loisirs | 5,57 % |
| Ameublement - Bois - Cuir | 4,54 % |
| Plastiques | 4,54 % |
| Bâtiment | 4,54 % |
| Chimie (Para-chimie) | 4,33 % |
| Energie | 3,30 % |
| Transports | 3,09 % |
| Chimie (pure) | 2,27 % |
| Informatique | 2,27 % |

RESULTATS TOTAUX

=====

VARIABLE 1. Profil de l'entreprise

| + Effectif | Moins de 10 | De 10 à 50 | Plus de 50 | Plus de 500 | NR | TOTAL |
|------------|-------------|------------|------------|-------------|--------|-------|
| | 17 | 115 | 183 | 69 | 23 | 407 |
| % | 4,17 % | 29,28 % | 44,96 % | 16,95 % | 5,16 % | 100 % |

| | | |
|--------------------|--------------------------------|---------|
| + Fabrication..... | 277 (sur 407 entreprises)..... | 68,05 % |
| + Service..... | 103 (sur 407 entreprises)..... | 25,30 % |
| + Nêgoce..... | 70 (sur 407 entreprises)..... | 17,19 % |

VARIABLE II Equipements - Acquis

| Nombre de visiteurs acceptés | Moins de 10 | De 10 à 25 | De 25 à 35 | Plus de 35 | NR | TOTAL |
|------------------------------|-------------|------------|------------|------------|---------|-------|
| | 83 | 201 | 25 | 25 | 73 | 407 |
| % | 20,39 % | 49,38 % | 6,14 % | 6,14 % | 17,93 % | 100 % |

. Habitude de recevoir des groupes (Bref Rhône-Alpes)

| | | |
|-------------------|-------------------------------|---------|
| Oui..... | 99 (sur 225 entreprises)..... | 44 % |
| Non..... | 39 (sur 225 entreprises)..... | 17,33 % |
| <u>Remarque</u> : | 38,67 % de non réponse | |

. Durée de la visite (Bref Rhône-Alpes)

Pourcentage calculé sur le nombre d'entreprises qui ont répondu à cette question

| 1 heure | 2 heures | 3 heures | TOTAL |
|---------|----------|----------|-------|
| 45 | 61 | 13 | 272 |
| 16,54 % | 22,42 % | 4,77 % | |

- Pouvez-vous présenter des équipements (installations) originaux ?

(Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|---------|---------|-------------|-------|
| 57 | 50 | 118 | 225 |
| 25,33 % | 22,22 % | 52,44 % | 100 % |

- Pouvez-vous présenter des procédés de fabrication originaux ?

(Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|---------|---------|-------------|-------|
| 61 | 39 | 125 | 225 |
| 27,11 % | 17,33 % | 55,55 % | 100 % |

- Pouvez-vous guider en autres langues que le français ? (en anglais ?)

(Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|------|---------|-------------|-------|
| 99 | 35 | 91 | 225 |
| 44 % | 15,55 % | 40,44 % | 100 % |

VARIABLE III : DESIDERATA ET CONTRAINTES

Pourcentage calculé
sur 407 entreprises
qui ont répondu.

| TYPE DE VISITEURS | Oui | % |
|---------------------|-----|---------|
| Industriels | 298 | 73,21 % |
| Journalistes | 206 | 50,61 % |
| Scolaires | 235 | 57,73 % |
| Tourisme industriel | 171 | 42,01 % |

- Sur rendez-vous

| | |
|-----|--|
| Oui | |
| 217 | (sur 407 entreprises).... <u>53,31 %</u> |

Remarque à propos du peu de place réservée à cette question dans Bref Rhône-Alpes.

- Jours spécifiques

| Oui | Non | |
|---------|---------|---|
| 102 | 64 | <i>Pourcentage calculé sur les entreprises qui ont répondu à cette question</i> |
| 61,44 % | 38,55 % | |

- Accepteriez-vous de recevoir des visiteurs étrangers ?

| Oui | Non | |
|---------|---------|---|
| 243 | 34 | <i>Pourcentage calculé sur les entreprises qui ont répondu à cette question</i> |
| 87,72 % | 12,27 % | |

- Disposez-vous d'un service d'accueil ? (Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|---------|---------|-------------|-------|
| 70 | 68 | 87 | 225 |
| 31,11 % | 30,22 % | 38,66 % | 100 % |

- Disposez-vous d'une salle audiovisuelle ? (Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|---------|---------|-------------|-------|
| 71 | 65 | 89 | 225 |
| 31,55 % | 28,88 % | 39,55 % | 100 % |

- Disposez-vous d'une salle de réunion ? (Bref Rhône-Alpes)

| Oui | Non | Non réponse | TOTAL |
|---------|-------|-------------|-------|
| 127 | 6 | 92 | 225 |
| 56,44 % | 2,6 % | 40,88 % | 100 % |

LES GUIDES

Nombre d'industries ou de lieux scientifiques ont concrétisé leur démarche d'ouverture en figurant sur certains guides de tourisme industriel ou de visites techniques.

Le premier de ces guides fut celui de la Société Générale (1979). Réédité deux fois, sa dernière édition date de 1982 et demanderait à être réactualisée.

Le guide Horay a particulièrement retenu notre attention. En proposant une introduction générale sur l'évolution économique et industrielle du pays, il invite le lecteur à intégrer les visites d'entreprises qui lui sont proposées dans le cadre de circuits de "tourisme industriel mixte" (Yves Paris) qui témoignent à la fois des activités passées et des activités présentes, voire novatrices. Il introduit l'idée de continuité dans l'histoire économique d'une région et confirme le rôle majeur que doivent jouer les structures médiatrices culturelles (plus de 700 musées techniques mentionnés).

"Si les usines se visitent comme des musées, des musées offrent une introduction à une meilleure connaissance des usines. Cette réciprocité justifie la nomenclature des musées techniques et des sites archéologiques que nous offrons en fin de ce guide".

Ce guide propose un tourisme différent, soucieux des angles d'approches variés, nécessaire à la compréhension du monde économique. "Tentez l'expérience d'une des visites proposées. Gageons qu'ensuite vous regarderez l'usine et sa production avec un autre état d'esprit".

Autres guides

A l'initiative des Chambres de Commerce et d'Industrie

- . En Rhône-Alpes, seule la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Loire peut procurer une brochure recensant les entreprises qui acceptent les visites et leurs conditions (Cf. extrait en annexe 5). Rappelons qu'un guide du tourisme technique en Rhône-Alpes, ainsi qu'un système d'informations informatisé des entreprises visitables sont en cours d'élaboration à l'initiative du Conseil Regional.

- Guide des visites techniques - Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
Classique dans sa présentation, il fait l'inventaire des entreprises et des musées techniques qui se visitent dans la région parisienne. Référence parisienne de tourisme industriel, ce guide nous a permis de recueillir quelques chiffres quant à la typologie des visiteurs acceptés dans les entreprises.

Sur 124 entreprises recensées :

- 42 acceptent les professionnels, étudiants, scolaires, grand public,
- 32 acceptent les professionnels, étudiants,
- 25 acceptent les professionnels seuls,
- 15 acceptent les professionnels, étudiants, scolaires,
- 5 acceptent les professionnels, étudiants, grand public.

A l'initiative des Comités Départementaux ou Comités Régionaux de Tourisme

De plus en plus souvent, les brochures touristiques de présentation générale d'une région offrent des éléments de sa découverte économique (liste d'entreprises visitables, journées techniques, mention des structures culturelles organisatrices de tourisme industriel...)

- Limousin : "Visites techniques" (annexe n°6),
 - La Meuse : "Découverte des entreprises meusiennes" (annexe n°7),
 - Lot et Garonne : "Tourisme de découverte économique" (annexe n° 8),
 - Gard "Visites techniques", (annexe n° 9),
 - Yvelynes : "Guide du tourisme technique". Celui-ci s'est donné la double fonction
 - d'informer le grand public sur les entreprises qu'il peut visiter (17 entreprises sur 52 mentionnées dans le guide),
 - d'être "un outils de promotion au bénéfice des entreprises yveloises" en contribuant par ce guide au Tourisme d'affaire (nuité hôtelière, chiffre d'affaire, restauration en retombée de déplacements professionnels). En effet, 12 entreprises de ce guide n'acceptent que des professionnels et 21 seulement des professionnels et des étudiants.
- La conception de ce guide est le fruit d'une étroite collaboration entre une Chambre de Commerce et d'Industrie, une Chambre des Métiers et un Comité Régional de Tourisme.
- Côte d'Azur : l'Office du Tourisme de Grasse consacre une partie de son dépliant à "Grasse, capitale des parfums".(annexe 10)

A l'initiative d'une association

- . "Itinéraires industriels" de l'Ecomusée du Creusot. Ce guide propose des circuits de tourisme industriel s'appuyant sur des sites d'archéologie industrielle et des musées techniques dont la région du Creusot est richement dotée. Il est certain que ce guide s'adresse d'abord à un public motivé, mais sa présentation claire et son écriture coulée le rendent accessible autant au creusotain soucieux de déchiffrer son environnement et les mutations qu'il traverse, qu'au touriste de passage intéressé à retrouver l'emprunte de la famille Schneider, sur le site.
- . "La route du cristal", Centre de culture scientifique, technique et industrielle (Lorraine) du verre et du cristal, qui a pour souci de promouvoir la connaissance complète d'une filière industrielle et artisanale. Cette publication donne une large place à l'ethnologie et communique l'importance du savoir-faire de l'homme (ce secteur d'activité privilégie ce type d'approche). En vis-à-vis du texte de ces informations techniques et culturelles, les entreprises représentatives de ce secteur d'activité sont mentionnées (6 sur 8 sont accessibles aux groupes).

A l'initiative des entreprises elles-mêmes

- . Ainsi, EDF publie des dépliants "Une centrale nucléaire, ça se visite",
- . Cherry-Rocher, la Grande Chartreuse diffuse de la documentation pour la visite de leurs entreprises, (annexe n° 11)
- . A Grasse, les parfumeries Molinard ont leur propre dépliant. (annexe n° 12)

Le tourisme industriel s'affiche !

Nous assistons à la floraison de toute une documentation plus fournie que la simple brochure touristique, mais pas aussi détaillée qu'une publication scientifique, technique ou historique. Il serait logique que le tourisme industriel, à la rencontre du monde des loisirs et du monde du travail suscite un "style" de documentation et pourquoi celle-ci ne s'ornerait-elle pas d'un label qui conférerait au tourisme industriel et au mode novateur de connaissance qu'il apporte une identité nationale ?

LES AGENCES DE COMMUNICATION

Au cours de cette étude, l'Ecomusée Nord-Dauphiné a rencontré deux agences de communication : CITI CONSEIL (Paris) et PERIPHERIC (Grenoble). Toutes les deux traitent du tourisme industriel avec une démarche particulière.

CITI Conseil (Communication Institutionnelle et Tourisme Industriel) (Annexe n° 13)

"En 1978, avec l'accord d'EDF, François Missonier, Directeur de CITI Conseil, ouvrait pour la première fois les portes d'un chantier de centrale nucléaire au grand public". "Aujourd'hui, CITI Conseil possède une expérience de 10 années, de la gestion des visites dans le cadre du tourisme industriel". CITI Conseil fait partie de ces prestataires de service auxquels les entreprises font de plus en plus appel pour régler leurs problèmes de "communication" interne et externe. Cet organisme se compose d'une cellule de réflexion -"analyses et diagnostics, décisions et stratégies"- et d'une direction de programme -"mise en oeuvre de ces stratégies"- S'ajoutent deux services d'exécution, l'un en communication institutionnelle et en relations publiques, l'autre en tourisme industriel. La ligne d'action de CITI Conseil en matière de tourisme industriel est la suivante : "Dans ce domaine, CITI Conseil possède une compétence particulière et désormais reconnue au plan national, qui met en lumière sa volonté de trouver une réponse adaptée aux problèmes de communication de ses clients". Le tourisme industriel s'affirme ici nettement comme un outil de communication au service des directions d'entreprises, soucieuses de faire connaître à l'extérieur, la valeur de leur organisation humaine et surtout technologique.

Les motivations des visiteurs sont analysées en détail : "La civilisation des loisirs crée des plages de temps libre où le tourisme classique s'est taillé, depuis fort longtemps, la part du lion. Mais c'est un tourisme qui fait appel à des concepts déjà maîtrisés : l'Histoire, les Beaux-Arts, l'Architecture ou l'exotisme. Le tourisme industriel est de même nature, mais il répond en même temps à un besoin d'information structurelle, inconsciente chez la plupart des gens. Il faut donc respecter ce terrain en l'adaptant à la culture de chacun, tout en permettant à des schémas nouveaux d'être assimilés sans heurts. Cela permettra de préparer l'homme technologique du 21^e siècle. C'est pourquoi l'information doit associer de façon continue, les nouveautés technologiques, ou scientifiques, et les concepts de civilisation déjà maîtrisés par le visiteur : ses racines régionales ou ethniques, sa culture urbaine ou rurale, la nature qu'il côtoie, son environnement socio-économique".

La gestion des visites est "entièrement informatisée à partir de l'exploitation d'une base de données accessible par Minitel : aux organisateurs de voyages, de tourisme ou de circuits, de même qu'au personnel vacataire et aux sites visités. CITI Conseil peut gérer aussi facilement son propre personnel que tout autre personne indépendante du système, ainsi que les différents plannings de visite". CITI Conseil contribue à l'ouverture du monde industriel, favorise un tourisme industriel, se positionne comme le "spécialiste" après 10 ans d'expérience. Pour reprendre le langage adapté, le tourisme industriel serait un "créneau porteur".!

La connaissance de l'entreprise que propose CITI Conseil est principalement technique. Ne doit-on pas craindre une visite un peu "aseptisée" agrémentée d'un commentaire sans nuances sachant que CITI Conseil fournit le personnel de guidage, parfois des vacataires pour "couvrir les périodes de pointes de visites dans un délai inférieur à 24 h".

Enfin, les moyens dont dispose CITI Conseil pour gérer le tourisme industriel qu'il pratique, transforme ce qui peut être une démarche naturelle, commerciale ou non, de l'entreprise en une "commande de prestation de service". On conçoit le tourisme industriel de l'entreprise comme on lui trouve un nouveau logo. C'est une vision commerciale et limitée du tourisme industriel.

PERIPHERIC, (annexe n° 14)

Association loi 1901, Périphéric est composée d'urbanistes, de sociologues, d'ingénieurs en écologie, de professionnels de la communication, d'architectes... Ils sont consultants de l'association Ville et Banlieue, commanditaires avec le Secrétariat d'Etat au Tourisme d'une étude sur les possibilités de tourisme industriel dans la vallée du Gier (Loire). Le rapport publié en annexe, fournissant des éléments d'étude, inscrit le tourisme industriel comme acteur du développement local. L'entretien que nous avons eu avec Mme Bellagambi, Responsable de l'étude pour Périphéric et M. Malfoix, Coordinateur de la Conférence Intercommunale et Chargé de mission pour la DATAR et le Ministère de l'Environnement dans les pôles de conversion industrielle, nous a permis de mieux évaluer le rôle de relais local qu'il a joué permettant des contacts plus rapides avec les municipalités. Notons la diversité et la complémentarité des partenaires sollicités pour la mise en place d'un projet de tourisme industriel :

- pour le pouvoir décisionnel, les communes de la Conférence Intercommunale,
- Pour la recherche et l'inventaire des sites, les Musées de St-Etienne (Musée des Arts et Métiers et Futur Musée de la Mine), et l'Ecole des Mines,
- Pour la formation, le guidage et l'accompagnement, les guides animateurs du Pilat,
- pour le montage des circuits, les industriels,
- pour la commercialisation et la distribution, les professionnels du tourisme.

Même si l'effet du tourisme industriel sur le développement local ne se traduit pas par des emplois directs dans un premier temps, il contribue à créer ou à augmenter le potentiel touristique local, à améliorer l'image de marque touristique et à rendre l'ensemble de la région plus attractive. En participant à la promotion des entreprises locales, il peut aussi favoriser un tourisme d'affaire.

L'agence Périphéric a su utiliser le tourisme industriel dans sa fonction la plus complète et la plus valorisante après celle d'être un outil de connaissance de l'homme dans son travail, celle d'être un outil de développement économique local.

Le monde de l'industrie donne des signes indéniables d'ouverture, nous l'avons vu. Les motivations sont diverses et, il est vrai, beaucoup d'entreprises encore ne veulent pas s'ouvrir ou ne le peuvent pas. Néanmoins, le phénomène est amorcé et ne peut aller qu'en s'amplifiant : la structure même de l'entreprise éclate (grands groupes - actionnariat), le monde économique auquel elle appartient se nourrit de communication et elle ne peut plus se développer en autarcie derrière les hauts murs d'enceinte du XIXe siècle. Ces murs tombent comme chez Cherry-Rocher à la Côte St-André. On peut y voir un symbole. Dans cette volonté d'ouverture, l'enjeu commercial est sans nul doute le plus déterminant mais déjà certains secteurs d'activité dépasse cet enjeu et font de l'ouverture de leur entreprises au public une étape majeure de leur plan-Communication assumant par ce biais la diffusion de leur image de marque et souvent en complément un rôle pédagogique pour le développement d'une culture technique.

Inscrire la visite d'une entreprise en activité dans un circuit thématique (textile-liquoristerie...), à caractère historique et culturel tels que les proposent les écomusées du Nord-Dauphiné, de Roanne, et l'Association de Développement du Tourisme Industriel du Creusot ou à caractère plus économique et technique comme les journées de Richesses du Tricastin, constitue à notre avis, un produit du tourisme industriel de qualité susceptible d'être proposé à tout chef d'entreprise voulant développer une politique de communication. Celui-ci ne peut rester indifférent au fait que le public n'est pas "parachuté" dans son entreprise mais au contraire, motivé sur un thème ; il est préparé à découvrir ce lieu de fabrication où chaque élément est d'autant mieux perçu qu'il s'inscrit dans un discours thématique.

Beaucoup d'industriels restent à convaincre, mais dans la politique d'ouverture naissante des entreprises à un large public, le produit de tourisme industriel peut être proposé au même titre que des parts de mécénats d'une biennale de danse ou d'un festival de musique. Les Beaux-Arts ont su séduire les industriels. La culture au travail les concerne directement. Gageons qu'ils relèvent le défi de ce nouveau partenariat entre Culture et Industrie.

2.2. LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Introduction : Potentiel touristique de Rhône-Alpes

La région Rhône-Alpes est la première région touristique de France après Paris. Elle fournissait en 1985, 28 milliards de francs et 180 000 emplois dont 100 000 direct. D'une part, elle accueille 12 millions de touristes par an. La progression du nombre de touristes entre 1978 et 1985 est de 56,8 %, soit beaucoup plus que la moyenne nationale (Comité Régional de Tourisme Isère). D'autre part, les rhônalpins constituent 35 % de la clientèle touristique de leur propre région. A cela s'ajoute le fait que les deux grandes agglomérations de Lyon et Grenoble attirent un tourisme d'affaire et un tourisme technique (Cf. annexe 15, La fréquentation des manifestations économiques de Lyon en 1985). Le Livre Blanc du Tourisme Lyonnais met en évidence le tourisme technique motivé par une cinquantaine d'entreprises dans l'agglomération lyonnaise : à titre d'exemple, citons le Métro (4 000 visiteurs en 1983), R.V.I., Rhône-Poulenc, l'Institut Mérieux, l'Institut Français du Pétrole, l'Usine Solaire Pernot, les installations de la Part-Dieu, les centrales nucléaires du Bugey et de Creys-Malville, les installations vinicoles du Beaujolais et le TGV bien sûr.

Les flux engendrés par le tourisme hivernal sont de peu d'intérêt pour l'objet de notre étude : les motivations de la clientèle concernée sont très spécifiques (sport d'hiver). Par contre, le tourisme vert (3 776 000 F en 83), le tourisme religieux (Fourvière : 700 000 visiteurs en moyenne en 1983), le tourisme de congrès, constituent un réservoir de clientèle susceptible d'être sensibilisée au tourisme industriel.

Le succès touristique de la région Rhône-Alpes est dans la diversité de ce qu'elle offre, une opportunité à saisir pour jouer la carte du tourisme industriel. Le foyer lyonnais, confluent de tous ces flux de clientèle potentielle apparaît être un terrain favorable à exploiter en priorité par un tourisme industriel "de proximité" qui, s'il trouve les moyens de son ambition, peut toucher très vite le foyer émetteur parisien que le TGV met à deux heures seulement de la région Rhône-Alpes.

Rhône-Alpes est aussi une région de visite et de passage pour les étrangers (axe Nord-Sud vers la Côte d'Azur très prisée des touristes du Nord de l'Europe) : un public qu'il est possible de capter par l'intermédiaire des Comités Régionaux de tourisme. Le potentiel touristique de la région Rhône-Alpes constitue un atout primordial pour le développement d'un programme de tourisme industriel régional (Cf. annexe 16 : Tableau de fréquentation touristique de Lyon)

2.2.1. Les syndicats d'initiatives - Offices du tourisme - Comités régionaux et Comités départementaux du tourisme

Ces quatre types d'institutions constituent l'infrastructure touristique d'une région, que tout organisme ayant pour vocation de développer des produits de tourisme industriel, doit utiliser et doit associer le plus tôt possible à l'élaboration de ses projets. Cette nouvelle forme de tourisme, quelle que soit l'option prise au niveau du contenu, purement technique et économique ou plus historique et culturelle, parfois savante alchimie de toutes réunies, dans tous les cas le tourisme industriel dans une première étape de sensibilisation doit s'appuyer sur des "produits d'appel" que constituent les éléments du tourisme classique.

Si ces institutions maîtrisent parfaitement les données touristiques d'une région, ils connaissent les sites, les organismes et les personnes qui en assurent la gestion et l'animation, la clientèle qui les fréquente, les documents et les manifestations qui en assurent la promotion. Partenaires privilégiés pour la mise en forme du produit, les Comités départementaux du tourisme peuvent aussi contribuer à son financement en fonction de l'intérêt qu'ils portent aux projets et à leur intégration dans la politique touristique globale du département.

L'enjeu premier de ces organismes institutionnels est d'augmenter la fréquentation touristique d'une région. En théorie, toute forme nouvelle d'exploitation du patrimoine régional les intéresse... Le tourisme industriel qui d'une part est à même de créer une nouvelle motivation de fréquentation et d'autre part, qui prolonge cette fréquentation dans la saison, ne peut les laisser indifférents. Les réactions à cette forme novatrice de tourisme sont cepen-

dant variées. Nous jugeons utile de retranscrire assez longuement en annexe, des extraits de l'entretien que nous avons eu avec Monsieur Marthos, Président des Syndicats d'Initiative et Offices du Tourisme Nord-Isère qui formule un certain nombre de réserves concernant cette approche du monde économique et industriel régional. En effet, tout en reconnaissant l'intérêt de ce nouveau tourisme, relativement facile à traiter au niveau :

- de publics spécialisés que les entreprises accueillent assez facilement,
- de grandes entreprises du type EDF, qui se sont données les moyens d'accueillir un public large,
- de secteurs d'activité comme l'agro-alimentaire pour qui ce tourisme constitue une publicité directe ou comme l'aérospatiale, vitrine de la haute technologie de notre pays,

Monsieur Marthos est beaucoup plus sceptique sur les chances de mise en oeuvre et de réussite de produits tourisme industriel développé autour des PME-PMI locales et régionales et destiné au "grand public". "Vous pouvez attraper du grand public, mais vous allez l'attraper de façon marginale et vous n'arriverez jamais à rentabiliser l'investissement de la promotion qui sera réalisée".

Partant, avec nous, du principe que ce tourisme est essentiellement un tourisme de groupes pré-constitués, Monsieur Marthos ne l'envisage vendable que "marié avec d'autres types de produits". "Si vous lancez un produit qui portera uniquement sur le textile pour les entreprises françaises et européennes du textile, pour leur montrer l'histoire du textile dans la région, si vous n'avez que ça, vous aurez du mal à attirer les groupes... Donc, vous êtes obligés d'utiliser un certain nombre d'autres ingrédients pour rendre moins fade la partie purement industrielle".

Ces premiers éléments de réflexion avec des professionnels du tourisme, directement en contact avec le public, donc conscients de ses aspirations et de ses motivations permettent d'envisager une première étape de sensibilisation au tourisme industriel sous la forme de circuits bien articulés autour d'éléments de tourisme industriel et de tourisme classique (site classé, ponctuation gastronomique, sites naturels reconnus bénéficiant d'une tradition et d'une promotion touristique établie).

Sensibilisation du public mais des syndicats et offices du tourisme eux-mêmes "Je ne crois pas qu'on puisse tellement s'appuyer -et je suis triste de vous

le dire- sur les syndicats d'initiatives pour ce type d'opération. On peut commencer, et c'est ce que j'essaye de faire, à les sensibiliser sur l'intérêt qu'il peut y avoir à présenter la vie d'une entreprise ou deux entreprises dans un secteur, mais ça me paraît difficile d'aller bien plus loin".

En fait, une collaboration étroite avec les syndicats d'initiatives et les offices du tourisme est indispensable. Si cette union se fait, la dynamique du produit se trouve multipliée. D'autant plus que les syndicats d'initiative et offices du tourisme ont tendance à se réunir en groupements qui travaillent étroitement avec leur comité départemental et régional du tourisme. Regrouper les structures et les produits permet de réunir des budgets de promotion plus élevés et d'accéder ainsi à des salons plus ambitieux. Ainsi, l'Ecomusée Nord-Dauphiné accueilli depuis un an comme membre du Groupement des Syndicats d'Initiative et Office du Tourisme du Nord-Isère, a pu participer au Stand du Comité Départemental de l'Isère qui se tenait au MITCAR 1987. Participation : 3 000 F, alors que le prix d'un stand de 9 m² était de 15 500 F H.T. Or, le stand du C.D.T. totalisait une surface de 70 m² :

- premier avantage financier indéniable,
- deuxième avantage : le produit écomusée est présenté dans l'"écran" régional. Or, l'autocariste vient chercher dans ce salon des produits de régions dont la découverte fera l'objet de circuits. Intégré à l'ensemble des produits d'une région connue pour sa valeur touristique, le produit tourisme industriel est accepté d'emblée comme touristique. Il lui reste à convaincre par son originalité et son intérêt.

L'association "Richesse du Tricastin" est un très bon exemple de partenariat réussi avec le Comité départemental du Tourisme de la Drôme, puisque cette association en est une émanation directe. Tous les produits de tourisme industriel présentés dans leur brochure "Tourisme en Tricastin" ont été conçus avec le Comité départemental du Tourisme de la Drôme (Annexe n° 17). Toutes les entreprises visitées ont été demandeuses de ce type de produits et sont également membres de l'association à laquelle elles versent une cotisation. Des cotisations provenant du Comité départemental du Tourisme, du Conseil Général de la Drome et des communes viennent en complément du financement de l'association. Monsieur Domenac nous confirme le succès de certains produits, sans les nommer, qui ont attiré 3 000 personnes en 6 mois, public essentiellement compo-

sé de groupes pré-constitués (3e âge, élus, techniciens) ayant leurs propres moyens de transport (les prix mentionnés sur le dépliant ne l'incluant pas).

Il est intéressant de noter que les journées techniques ou circuits s'appuient sur des valeurs sûres du tourisme industriel : Centrale EDF du Tricastin, Compagnie Générale du Rhône qui sont des entreprises pour promouvoir leur image de marque, et le Cellier des Dauphins, la nougaterie, liquoristerie d'Aiguebelle qui voient dans ce tourisme un enjeu commercial majeur.

2.2.2. Les autocaristes - Agents de voyages

Le tourisme industriel qui se pratique par le biais des agences de voyages est essentiellement, pour le moment, "un tourisme de découverte économique d'intérêt technique et commercial, demandé par les étrangers et par les français qui partent à l'étranger"

Monsieur Torromanoff, Président du Syndicat National des Agents de Voyages (SNAV), alors qu'il participait au Colloque d'Exincourt sur les enjeux du tourisme industriel, donnait à l'appui de cette déclaration, quelques exemples de voyages de tourisme industriel : du "haut de gamme" comme l'affrètement des charters Concorde pour emmener des personnes assister au lancement de la fusée ARIANE en Guyanne au plus simplement des voyages en TGV pour des groupes qui vont à Dijon visiter des caves vinicoles ou la fabrication du cassis ou de la moutarde.

Pour M. Torromanoff, la demande croissante pour cette forme de tourisme est directement liée à une évolution fondamentale du marché des voyages : le produit mer-soleil seul ne satisfait plus que 20 % des français qui voyagent (contre 45 % avant 1984). "De plus en plus, on veut voir les gens dans leur environnement naturel, les voir dans leurs périodes de travail, voir ce qu'ils font et éventuellement comparer avec ce que soi-même on fait".

Le salon du MITCAR 87 reflétait assez nettement cette évolution du marché du voyages :

Dans la forme :

- Les stands des pays et régions semblaient conçus moins pour informer l'auto-

cariste et l'agent de voyages que pour le séduire : souvent, des stands "ouverts" mettent d'accueillir les visiteurs autour des tables de bistrot, communiquant dès la phase d'information le message de convivialité sans lequel se dérouleront les voyages dans ce pays.

- Les documents de promotion et d'information ont gagné en sobriété. Le style a changé, très influencé par la publicité des agences de communication dont ils sont très souvent issus : plus d'affiches aux couchers de soleil rougeoyants mais de superbes athlètes sur des planches à voile bravant une mer déchaînée. Plus de catalogues énumératifs des richesses nationales et régionales mais plusieurs fascicules à thème, clairement présentés et très illustrés.

- Les produits se déclinent de différentes façons afin de répondre aux demandes du plus large public. Circuits, excursions-journée, stages... se conjuguent avec toutes les catégories d'hôtel et souvent s'articulent autour de divers modes de transport.

Dans le fond

Le produit touristique classique répertorié d'année en année sur les catalogues ne suffit plus à lui seul pour vendre une région. Ainsi, les paysages naturels, les sites et monuments historiques semblent se marier indéfiniment avec des stages sportifs, artisanaux, botaniques, culinaires... De produits d'appel, il y a quelques années, certains deviennent valeurs d'accompagnement. Par exemple, un stage de tennis à Nîmes sera peut-être l'occasion de découvrir une région.

Les données classiques du voyage et des loisirs subissent de profondes mutations. Il y a quelques années, la montagne en été était un produit invendable. Aujourd'hui, mariée au tennis, au golf, à la musique, à l'aérobic, au cinéma... des stations comme les Arcs, Valmorel ont, sur deux mois pleins, un très bon remplissage.

Les autocaristes ou agents de voyages faisant du réceptif, rencontrés lors du MITCAR 87 ont conscience de ces changements et sont à l'écoute de produits nouveaux :

- pour renouveler une gamme de circuits classiques qui s'essouffent,
- parfois, pour se donner une image de marque face à une forte concurrence,

- pour nourrir de façon originale l'animation de nombreux centres et villages de vacances où le renouvellement des activités favorise la fidélisation de la clientèle,
- pour prolonger les saisons de tourisme classique en s'adressant à une clientèle plus diversifiée.

Apport financier non négligeable dans les périodes dites "creuses", le tourisme de la découverte économique est un de ces produits nouveaux qui ne laisse pas indifférent l'autocariste ou l'agent de voyages. Cependant, en règle générale, cette nouvelle forme de tourisme reste encore dans l'esprit des professionnels du tourisme :

Un produit "sur mesure" pour un public spécialisé

A l'étranger

Le MITCAR 87 nous a donné l'occasion d'interroger plusieurs comités des tourisme étrangers comme l'Autriche, l'Espagne, la Grande Bretagne, la Hollande afin de connaître ce qu'ils étaient en mesure de proposer en matière de tourisme industriel. Tous nous ont répondu qu'un service compétent était à même d'élaborer des circuits de ce type mais seulement sur demande. La Grande-Bretagne qui possède un centre de tourisme industriel exemplaire et de grande envergure (Cf. annexe 18), ne proposait aucun document le concernant.

En France

Perçu dans le même esprit de découverte économique et technique, le produit tourisme industriel est traité ponctuellement et en réponse à la demande spécifique d'un groupe. Monsieur Marcillac, Directeur d'une agence de voyages à Lyon, assurant principalement du réceptif nous le confirme "J'ai organisé des visites d'entreprises lorsque j'avais des demandes et les gens savaient exactement quelles entreprises ils voulaient visiter, je n'ai jamais proposé de visites moi-même". Son rôle d'agent de voyage a alors consisté à assurer une prestation de service : prise de contact avec l'entreprise directement ou par l'intermédiaire de la Chambre de Commerce, organisation matérielle de la journée au cours de laquelle on joint l'utile à l'agréable en prévoyant un repas chez un "chef" lyonnais et une visite toujours appréciée du Vieux Lyon.

Certains de ces circuits peuvent être très élaborés, du "cousu main" nous dit M. Torromanoff qui a organisé "le séjour d'agriculteurs du Middle West qui viennent dans le Nivernais pour voir comment se pratique l'insémination artificielle pour l'élevage des bovins".

Quelques années encore seront nécessaires pour que les professionnels du tourisme travaillent le produit industriel en "confection". Une étude de marché favorable doit motiver leur investissement, l'enjeu commercial étant déterminant pour eux. A la lecture de nombreuses brochures touristiques, nous pouvons déjà observer que beaucoup de produits de tourisme classique associent des visites d'entreprises, de musées techniques. Ces éléments de tourisme industriel, essentiellement concentrés dans le domaine de l'agro-alimentaire, sans être les points forts de circuits proposés, constituent néanmoins une première étape de l'approche du monde du travail et des réalités économiques d'une région.

De nombreux autres partenaires peuvent et doivent être associés à la mise en place de produits de tourisme industriel. Certains sont régulièrement mentionnés dans les guides de tourisme technique (Centres de recherches - Observatoires - Autoroutes - Centres de météorologie, Grands transporteurs (SNCF, Air Inter). Ces derniers y ont un triple intérêt :

- lucratif en assurant le transport de tourisme industriel,
- se faire mieux connaître en étant eux-mêmes l'objet de visites (Concorde),
- faire découvrir plus intimement le domaine des transports en général.

Les Chambres de Commerce, comme le révèle le questionnaire du Conseil Régional, élaboré en collaboration avec la Chambre de Commerce Régionale, sont des partenaires clés pour la réalisation d'un programme de tourisme industriel. Elles sont les interlocuteurs privilégiés des entreprises. Certaines comme la Chambre de Commerce de la Loire sont à même de fournir sur demande un fascicule très clair recensant les entreprises visitables de

la Loire. Quelques pages de ce document sont présentées en annexe .

L'information régulière de la presse écrite et audiovisuelle sur cette forme novatrice de tourisme doit faire des médias un partenaire efficace de la promotion des produits.

Les expériences régionales relatées ci-après montreront à quel point l'action en synergie avec un réseau de partenaires diversifiés, peut créer une dynamique presque "naturelle" au produit de tourisme industriel.

CHAPITRE III : DES EXPERIENCES REGIONALES

Introduction

Trois expériences régionales ou presque, puisque nous avons jugé important de témoigner de l'expérience du Creusot (Bourgogne) dans le cadre de cette étude nous permettront de mieux saisir les problèmes de "terrain" auxquels doivent faire face leurs responsables ainsi que les opportunités qu'ils ont su exploiter localement : Association pour le Développement du Tourisme Industriel du Creusot, Ecomusée du Roannais, Ecomusée Nord-Dauphiné.

3.1. LE TOURISME INDUSTRIEL AU CREUSOT (Annexe n° 19)

Bien qu'appartenant à la région limitrophe de Bourgogne, il nous a paru nécessaire d'inclure à cette étude, l'expérience pilote du Creusot ; en effet, sa relative ancienneté nous a permis de bénéficier de deux bilans d'exploitation.

Même pour qui n'a jamais traversé cette région, ni contemplé le bassin minier, Le Creusot et Montceau les Mines évoquent le charbon, la mine, l'usine, le travail. Ce ne sont pas seulement les images du temps passé -celles de la "grande industrie"- qui nourrissent la symbolique de ce pays, mais aussi les événements présents, ceux qui témoignent de la déstructuration. La réalité du bassin minier impose de penser la "crise" et de lire le paysage industriel comme le fossile d'une histoire lourde à oublier.

"Frappé de récession, le pays Montcellin multiplie paradoxalement les actes de fondation. Les sanctuaires se multiplient sur ce que fut la communauté minière" (1). P. Lucas a bien montré l'importance de ce jeu de la mémoire qui fait revivre la mine, qui "retravaille le travail". Le présent, avec son cortège de changements, appelle à célébrer les traces du passé, sur lesquelles des façons d'être et de faire peuvent se revendiquer. Même si ce regard sans cesse renouvelé sur le passé paraît inquiéter certains, qui décèlent là une manière "d'enfoncer le dernier clou du cercueil" (2), les sanctuaires de la mémoire ouvrière creusotine sont nés d'une volonté de savoir sur quoi le présent se fonde ; d'un désir de rétablir une vérité d'origine qui puisse répondre aux effets déstructurants de la "modernité". Par là même, cette mémoire pourrait s'expliquer, au delà de ses effets pervers, parce qu'elle révèle un besoin fondamental de cohérence. Cette construction de liens entre le présent, le passé

(1) Philippe LUCAS.- " La rumeur minière ou le travail retravaillé".- Lyon, P.U.L. ; 1987.-op. cit. p. 5

(2) D. PUYMEGES.- in Milieux n° 14.- Juin/Septembre 83.-pp.4-5.-op. cit. p. 4



**SUIVEZ-LES
ILS VOUS OFFRENT A VOIR**



LE CREUSOT
Métallurgie de "OC"



MONTCEAU-LES-MINES

Moulinets de Blanzay - Découvertes de Fourtilleux - Sauvignés

ASSOCIATION
COMMUNAUTAIRE
DE DEVELOPPEMENT
DU

**TOURISME
INDUSTRIEL**

**ECOUTEZ-LES
ILS PARTAGENT LEUR MEMOIRE**

et l'avenir offre l'image d'une continuité qui peut paraître artificielle.

Quel que soit le modèle de mémorisation choisi, il reste révélateur d'une préoccupation sociale face à l'environnement économique.

L'Association pour le Développement du Tourisme Industriel du Creusot inscrit son action dans le refus d'un déterminisme historique et économique. Son fonctionnement subit les aléas inhérents à tout processus collectif de compréhension, dans un environnement social et culturel bouleversé. M. Clément, initiatrice et responsable de l'A.D.T.I. nous a confié à la fois son enthousiasme et ses désillusions : le tableau "forces et faiblesses" ci-après est une constatation objective de la situation de l'association. C'est un outil de lecture synthétique et la réalité qu'il décrit nécessite commentaire ; les déterminations matérielles, pour importantes qu'elles soient, sont étroitement liées aux aspirations des individus. (1)

Contexte et motivations

- Les critères esthétiques : Les chances du tourisme industriel au Creusot résident donc dans la forte identité industrielle de cette région. C'est dans un paysage marqué par l'usine et la mine que le tourisme industriel trouve presque "naturellement" des raisons d'exister. Le site de la Communauté Urbaine provoque d'emblée un certain dépaysement pour le touriste soucieux de satisfaire son voyage par de l'inhabituel. La monumentalité des anciens bâtiments de production, la forêts des cheminées, l'originalité de l'habitat ouvrier, peuvent combler le regard étranger dans sa quête de l'esthétique.

L'intérêt esthétique est une donnée fondamentale dans l'élaboration de tout projet touristique. Le tourisme industriel est donc particulièrement favorisé dans des localités qui participent à des politiques de réhabilitation du patrimoine bâti industriel. Il ne faut pas négliger l'impression produite sur le public par la mention "Classé monument historique" ou "Inscrit à l'Inventaire des Monuments Historiques", qui marque le Château de la Verrerie ou la Combe des mineurs du sceau de la qualité.

- Environnement culturel et touristique : C'est paradoxalement sa richesse qui peut nuire au développement harmonieux de l'A.D.T.I. Le tableau "forces et

(1) Voir en annexe les étapes de la fondation de l'Association et ses objectifs. p. 81 - Voir aussi les circuits de l'A.D.T.I. en annexe p. 84.

Pertinence du projet

- dans l'environnement géographique :
 - * TGV (à 1H30 de Paris).
 - * Proximité d'une région à fort attrait touristique (Beauce, Maconnais).
 - * Canal du centre

- dans l'environnement culturel :

- * Richesse du patrimoine industriel
- * Nombreuses actions de valorisation et de sauvegarde de celui-ci (Ecomusée du Creusot de renommée nationale et internationale, Forges de Buffon, Musée de la Mine)
- * Richesse des travaux de recherches et fonds documentaires.

- dans l'environnement social :

- * Une importante population de retraités et de pré-retraités en quête d'activités (intérêt identitaire)
- * Augmentation du nombre d'accompagnateurs.

- dans l'environnement commercial :

- * Intérêt grandissant pour la culture scientifique, technique et industrielle.
- * Marché prometteur du tourisme industriel.

II Augmentation des ressources propres

III Retombées économiques locales

I Difficultés financières

- * Diminution des crédits d'Etat.
- * Faiblesse des subventions locales.

II Environnement politique et institutionnel défavorable.

- * Manque de coordination des structures culturelles et touristiques.
- * Querelles politiques nuisant à l'harmonie du projet.

III Crise économique locale

- * Priorité budgétaire pour l'emploi.
- * Entreprises en difficulté peu disposé à ouvrir leurs espaces de production.

IV Faiblesse commerciale

- * Manque de moyens techniques et financiers pour commercialiser le produit et optimiser les ouvertures commerciales qu'offrent l'agrément.

faiblesses" évoque le manque de coordination des structures culturelles et touristiques -Ecomusée du Creusot, Syndicat d'initiative, A.D.T.I-. Ces différents pôles d'initiative ne parviennent pas à unir leurs efforts, comme si les querelles d'"appropriation" devaient augmenter proportionnellement à la richesse d'un site. Chacun des acteurs institutionnels délimite son terrain non pas seulement en fonction de ses possibilités ou de sa philosophie d'action, mais aussi en fonction de certains enjeux politiques : c'est une situation conflictuelle qui peut être banale, accentuée par le caractère précieux de tout potentiel d'idées nouvelles sur un terrain culturel déjà très investi.

Ainsi, M. Clément souligne avec une certaine amertume l'absence totale de dialogue avec le Syndicat d'Initiative, situé à quelques mètres des bureaux de l'Association. Le S.I. propose lui aussi des visites d'entreprises, guidées par des bénévoles pré-retraités. Il bénéficie d'un monopole de visite dans certaines entreprises de la Communauté Urbaine,-tout comme l'A.D.T.I. qui s'est aussi bâti un réseau-. Paradoxalement, ces prises de pouvoir exclusif sur certains espaces suscite une dynamique particulière : chaque organisme tente de multiplier ses positions de "monopole" . Mais celles-ci agissent aussi comme un frein sur les négociations que l'A.D.T.I. entreprend auprès des chefs d'entreprises, dont certains sont prêts à ouvrir leurs portes mais uniquement au S.I., alors qu'il ne peut pas satisfaire toutes les demandes.

Les relations avec l'écomusée du Creusot sont certes moins tendues mais souffrent aussi d'un manque de coordination : une sorte de consensus paralyse le développement du tourisme industriel, qui aurait tout intérêt à puiser dans les ressources "scientifiques" de l'écomusée pour parfaire ses services. M. T., accompagnateur, ancien responsable de fabrication chez Creusot Loire, relate ainsi une visite :

"On entretient d'excellentes relations avec la Mutuelle Générale de l'Éducation Nationale ... Alors, vous recevez un car de ces gens là. C'est souvent des parisiens... vous avez des rosettes de la légion d'honneur, vous avez des palmes académiques, des professeurs. Ces gens là viennent, il leur faut un certain confort, et il leur faut beaucoup d'explications. Ce sont des gens très cultivés. On trouve des professeurs d'histoire, de géographie. J'aime autant vous dire qu'ils arrivent à vous coller. Ils vous posent des colles... parce qu'ils savent des choses que nous ignorons. Alors si à la limite, sur ce qu'il savent, ils veulent encore parachever leur savoir, ils vont chercher très loin. Donc, on n'est pas toujours compétent pour leur répondre".

Au cours de la première période de formation des accompagnateurs, des chercheurs de l'Institut J.B. Dumay et de l'écomusée du Creusot sont intervenus. Cette collaboration n'a malheureusement pas connu de suites. Elle se limite désormais à la visite de l'écomusée, incluse dans trois des quatre circuits proposés à ce jour.

Le bénévolat : une faiblesse et une force : Le tissu associatif se caractérise par un bénévolat de plus en plus important qui montre les limites d'un partenariat efficace avec les collectivités locales. Le cas de l'A.D.T.I. est à ce titre tout à fait révélateur : fortement aidé, à ses débuts, par les subventions du Fonds d'Intervention Culturelle, l'association est aujourd'hui victime de la désaffection des collectivités locales, dont elle espérait un relais financier. Ceci pose le problème du suivi de certaines actions volontaristes, qui ont plus agi comme d'éphémères aubaines financières que comme soutien programmé au développement culturel. De plus, sensibiliser les responsables locaux pour bénéficier d'un relais de financement pousse le milieu associatif dans une course à la légitimité, précisément ralentie par le manque d'assise budgétaire.

Malgré une gestion à l'économie, la diminution des crédits de l'Etat a conduit l'A.D.T.I. à supprimer ses deux postes salariés (la secrétaire et la responsable). Cette situation a plus d'une conséquence dans le fonctionnement de l'association et menace même son existence. Il est clair que l'intensité de l'engagement intellectuel et physique d'un responsable peut vite diminuer devant la croissance des difficultés financières ; surtout si ses efforts sont gratuits et qu'il ne bénéficie d'aucun statut reconnu. Ce bénévolat de la responsable est une cause très importante de la fragilité structurelle de l'association.

Le bénévolat des accompagnateurs ne réfléchit pas les mêmes faiblesses : il pose le problème de l'amateurisme et rend les relations de travail délicates. M. T. en parle ainsi :

<< Le bénévolat, c'est un avantage au niveau pécuniaire. Par contre, au niveau du fonctionnement, c'est une charge, parce qu'il faut tenir compte des qualités, des défauts, des caprices de chacun. Tandis que quand vous avez des salariés, vous dites "c'est ça" (il tape sur la table) et puis c'est terminé. Avec des bénévoles, il y a des conflits de personne, des incompatibilités d'humeur, des jalousies...>>

La méconnaissance de certaines des règles de l'accompagnement touristique nuit quelquefois au bon déroulement d'un circuit : respect strict des horaires,

organisation des repas... On ne peut pas attendre d'un bénévole qu'il organise son travail en fonction d'une rationalité commune. On ne peut exiger de lui que ce qu'il veut offrir : sa motivation.

C'est dans cette motivation que réside toute l'originalité de l'action de l'A.D.T.I. L'accès à une charge bénévole procède, en principe, d'une forte volonté de participer, de communiquer son savoir, de rendre utile une expérience personnelle.

<<Alors, qui sommes-nous ? il y a des collègues qui sont métallurgistes à tous les niveaux, qui sont ingénieurs, qui sont techniciens, anciens agents de maîtrise, anciens employés, anciens dessinateurs... Chez les mineurs, c'est pareil... Il y a des dames qui étaient dans le secrétariat... Il fallait mettre en commun son idée de métallurgiste, on parlait ferraille et chez les mineurs, on parlait charbon(...) Mais, je vous dirai qu'au départ, la démarche était très égoïste, alors ensuite, on a voulu partager. C'est une démarche qui veut dire qu'on n'a plus d'activité professionnelle qu'on va manquer de relations, comment on va faire pour occuper intelligemment son temps ?>>

Cette volonté de combattre la solitude de la retraite, ce souci de croire que l'on peut servir encore à quelque chose, même sorti des rangs du travail, ce désir de faire partager sa mémoire, poussent ces pré-retraités à oeuvrer pour une cause commune : faire découvrir ce que fut le Creusot, la ville, leur travail à l'usine, au bureau, ou dans la mine. Bien qu'empreinte de nostalgie, cette motivation est sans conteste une garantie de succès pour l'avenir de l'A.D.T.I.

ORIGINALITE

Nous rappelons que la mise en place de ce programme du tourisme industriel a pu voir le jour grâce au financement du Fond d'Intervention Culturel au titre de la participation des pré-retraités à la vie culturelle. Douze pré-retraités ont ainsi pu être formés pendant sept mois au sein de l'Institut Dumay, transformant et enrichissant la connaissance intuitive de leur ville et de son environnement en une connaissance plus historique, culturelle et technique, servant de base commune à tous les commentaires faits individuellement aux groupes.

Ainsi, après avoir démarché la SNCF avec des tarifs promotionnels, Myriam Clément était à même de répondre à leur premier "wagon" de 400 scolaires en mettant à

TABLEAU RECAPITULATIF DES VISITES - ANNEE 1985 -

| Vis | Type de groupe | | | Nb Pts | Nb Cars | Nb ACC. | Dur. SEJ. | Nb J.AC | H/R | T |
|------|--|--|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Retraités | Scolaires | Autres | | | | | | | |
| A | Univers. pour tous/ ST ETIENNE | | SCETA / DIJON ECOMUSEE / CREUSOT | 39 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | - |
| | | | | 14 | 1 | 3 | 0,5 | 1,5 | - | x |
| | 1 | - | 2 | 120 | 3 | 6 | 0,5 | 3 | - | x |
| | 1 | - | 2 | 173 | 5 | 11 | 2 | 6,5 | 39 | 4 |
| B | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / |
| C | | Ecole bilingue / PARIS | | 150 | 3 | 6 | 1 | 6 | x | x |
| | - | 1 | - | 150 | 3 | 6 | 1 | 6 | 150 | 3 |
| D | Retraités CFDT / DIJON Club MGEN / EVRY | Lycée / BESANCON SNCF / PARIS SNCF / PARIS | | 39 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | - |
| | | | | 46 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | - |
| | | | | 39 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | - |
| | | | | 259 | 6 | 15 | 1 | 15 | - | x |
| | | | | 371 | 8 | 13 | 1 | 13 | - | x |
| | 2 | 3 | - | 754 | 17 | 34 | 5 | 34 | 124 | 14 |
| E | Cl. Retrait./LE DONJON | Lycée / ARGENTEUIL SNCF / PARIS SNCF / PARIS Collège / EPERNON Ecole / MONTCHANIN Collège / AVALLON | Italiens / TERNI | 46 | 1 | 2 | 0,5 | 1 | x | - |
| | | | | 33 | 1 | 4 | 1,5 | 6 | - | - |
| | | | | 314 | 6 | 9 | 0,5 | 4,5 | - | x |
| | | | | 366 | 7 | 12 | 0,5 | 6 | - | x |
| | | | | 33 | 1 | 4 | 1,5 | 6 | x | x |
| | | | | 45 | 1 | 2 | 1 | 2 | - | x |
| | | | | 105 | 2 | 6 | 1 | 6 | - | - |
| | | | | 9 | - | 3 | 3 | 9 | x | - |
| | 1 | 6 | 1 | 951 | 19 | 42 | 9,5 | 40,5 | 88 | 15 |
| F | | SNCF / PARIS Lycée / BELLEY Lycée / CHALON SNCF / PARIS Collège / PONTARLIER | | 378 | 8 | 12 | 0,5 | 6 | - | x |
| | | | | 26 | 1 | 4 | 2 | 8 | - | - |
| | | | | 45 | 1 | 2 | 1 | 2 | - | - |
| | | | | 145 | 3 | 9 | 0,5 | 4,5 | - | x |
| | | | | 27 | 1 | 2 | 0,5 | 1 | - | - |
| | - | 5 | - | 621 | 14 | 29 | 4,5 | 21,5 | - | 11 |
| G | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / |
| H | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / |
| I | | Buhler / PARIS Québec / PARIS Italiens / CREUSOT | | 108 | 2 | 4 | 0,5 | 2 | - | x |
| | | | | 20 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | x |
| | | | | 8 | 1 | 2 | 0,5 | 1 | - | x |
| | - | - | 3 | 136 | 4 | 8 | 2 | 5 | 20 | 4 |
| J | CAPIMEC / LYON | ENC / PARIS SNCF / PARIS Ecole bilingue / PARIS | Buhler / CREUSOT CIO / MONTCEAU | 23 | 1 | 2 | 1 | 2 | x | - |
| | | | | 140 | 3 | 6 | 0,5 | 3 | - | x |
| | | | | 219 | 4 | 8 | 1 | 8 | - | x |
| | | | | 150 | 3 | 6 | 1 | 6 | x | x |
| | | | | 6 | - | 1 | 0,5 | 0,5 | - | - |
| | 1 | 3 | 2 | 543 | 11 | 24 | 5 | 20,5 | 178 | 10 |
| K | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / | / / / / / / / |
| L | | Ecole Tourisme / NICE Inst. Touris / NEUILLY | | 32 | 1 | 2 | 0,5 | 1 | - | - |
| | | | | 109 | 2 | 6 | 0,5 | 3 | - | x |
| | - | 2 | - | 141 | 3 | 8 | 2 | 4 | - | 2 |
| 1985 | 5 | 20 | 8 | 3 469 | 76 | 162 | 31 | 138 | 599 | 63 |

Hôtellerie / Restauration
Transport

x : OUI
- : NON

TABLEAU RECAPITULATIF DES VISITES - ANNEE 1986

Du 22 MAI 1986 Au 31 AOUT 1986

| Mois | Type de groupe | | | Nb | Nb | Nb | Dur. | Nb | Hôt. | Rest | Total | | |
|----------------------------------|--|--|-----------------|-----|------|------|------|------|------|------|-------|-----|----|
| | Retraités | Scolaires/Étudiants | Autres | Pts | Cars | Acc. | Séj. | J.Ac | | | C. | S. | |
| MAI | - Amicale Retraités VILLEFRANCHE ² /SAONNE | - Voyage SNCF | | 25 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | 25 | |
| | | - Université PARIS / SAONNE UER Géographie | | 39 | 1 | 3 | 1 | 1 | | 43 | - | - | |
| - Maison Familiale Beaujolais | | | 28 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | | - | - | |
| - Collège C. Ledoux DCLE | | | 36 | 1 | 3 | 1 | 1 | | 39 | | - | - | |
| - Salon Télécom Prof. | | | 8 | 1 | 1 | 1 | 0,5 | | 2 | | - | - | |
| - GRETA CHALON /SAONNE | | | 22 | 1 | 1 | 1 | 0,5 | | | | - | - | |
| - Particuliers | | | 3 | 1 | 1 | 1 | 0,5 | | | | - | - | |
| | | 1 | 4 | 3 | 192 | 5 | 14 | 6,5 | 6,5 | | 84 | 1 | 25 |
| JUIN | - Cheveux Blancs de Cervon CORBIGNY | - Centre FPA MONTCEAU | | 29 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | | - | - |
| | | - Ecole Curie Pasteur MONTCHANIN | | 51 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | 51 | |
| | | - Voyage SNCF | | 30 | 1 | 2 | 1 | 1 | | 32 | | - | - |
| | | - Institut d'Urbanis me PARIS VIII | | 193 | 4 | 10 | 1 | 5 | | | 4 | 193 | |
| | | - Groupe Paul Langevin MONTCHANIN | | 19 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | 19 | |
| | | - SNCF EPINAL | | 23 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | - | |
| | | - Ecole Marie Mignot NUITS-ST-GERGES | | 38 | 1 | 2 | 1 | 1 | | 40 | 1 | 38 | |
| | | - ACVAO BESSANCOURT | | 27 | 1 | 3 | 1 | 2,5 | | | 1 | 27 | |
| | | - Ecole de MASSILLY | | 20 | 1 | 3 | 3 | 6 | | 56 | 3 | 20 | |
| | | - Ecole Primaire TREVOUX | | 48 | 1 | 2 | 1 | 2 | | | 1 | - | |
| - Collège du 8 mai GUEUGNON | | 27 | 1 | 3 | 1 | 2,5 | | | 1 | 27 | | | |
| | 1 | 9 | 2 | 530 | 15 | 35 | 12,5 | 25 | | 138 | 14 | 375 | |
| JUILLET | | | - IRFREP NEVERS | 17 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | | - | - |
| | | | - Individuels | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | - | - |
| | - | - | 2 | 23 | 1 | 3 | 2 | 2 | | | | - | - |
| AOUT | - UVF Mt St Sulpice | | | 42 | 1 | 2 | 1 | 1 | | 44 | | - | - |
| | | - Individuels | | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | - | - |
| | 1 | - | 1 | 46 | 1 | 3 | 2 | 2 | | 44 | | - | - |
| | 3 | 13 | 3 | 791 | 22 | 55 | 19 | 35,5 | | 266 | 15 | 400 | |

leur disposition 8 à 10 retraités aptes à faire les visites. Le discours authentique et naturel des pré-retraités guidant les circuits est un charme apprécié du public, comme en témoignent certains courriers de remerciements publiés en annexe. Mais gare aux commentaires nostalgiques comme nous avons pu en entendre sur le site de Pont de Chéruy lors de la visite d'une usine. Dans le tourisme industriel, l'utilisation du passé doit permettre de mieux comprendre l'avenir. Cette dimension moderne du discours doit être prédominante par rapport aux éléments passéistes dont il se sert.

LE PUBLIC

Le tableau récapitulatif des visites que nous a fourni l'Association pour le Développement du Tourisme Industriel du Creusot pour l'année 1985 et début 1986, montre une forte proportion de groupes d'origine scolaire et universitaire (les groupes SNCF étant des groupes scolaires). Le reste du public est constitué de clubs 3e âge, de comités d'entreprises, et d'étrangers en nombre beaucoup plus faible.

3.2. L'ECOMUSEE DU ROANNAIS

PRESENTATION

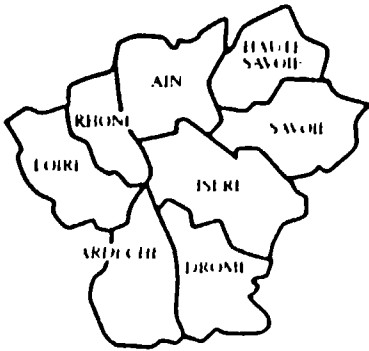
Les "circuits de découverte économique". Ecomusée du Roannais.

- Quelques repères : Créé en 1982, l'écomusée du Roannais fonde son action sur le territoire du Roannais, des monts du Beaujolais et de Tarare. La cohésion de cette région est loin d'être liée à sa géographie : elle est une somme d'unités naturelles disparates, depuis la bordure est du Massif central aux plateaux de l'ouest et du sud, en passant par la plaine roannaise du centre.

La personnalité régionale du Roannais puise ses sources au 15e siècle, tandis

e roannais... mais oui !

itinéraires de découverte économique



Avec l'Ecomusée du Roannais, choisissez le tourisme industriel.

Une façon passionnante de faire connaissance avec un pays et ses habitants, de découvrir son passé comme ses entreprises actuelles, ses paysages comme ses bâtiments. Les cinq circuits que nous vous proposons ont retenu l'attention de la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, qui œuvre pour la mise en valeur du patrimoine architectural sous ses formes diverses et attache une importance toute particulière au développement du tourisme industriel.

Ecomusée du Roannais

Renseignements pratiques

Tous les circuits présentés ici sont accompagnés et commentés par une spécialiste de l'archéologie industrielle connaissant à fond la région roannaise.

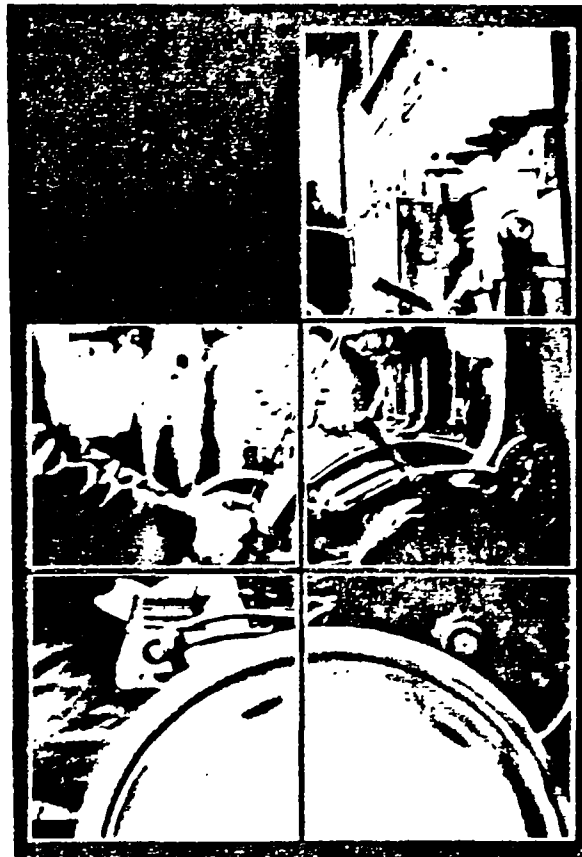
Construit sur six journées, ils peuvent être facilement associés pour constituer des circuits de deux ou trois jours.

Toute variante souhaitée peut être étudiée, il suffit de nous contacter.

Renseignements et inscriptions (au minimum 3 semaines à l'avance).

ECOMUSÉE DU ROANNAIS

10, rue Jean-Jaurès
42300 ROANNE
Tél. 77.67.46.58



que dans les montagnes de l'est lyonnais, le travail du textile se diffusait à grande allure. Le Roannais s'est développé suivant les lois intraitables d'une histoire économique mouvementée, suivant les "tyrannies" d'une mono-industrie soumise aux forces du progrès. Pilier de l'économie régionale, le textile a envahi le paysage : usines se succédant le long des rivières, "ateliers aux verrières en dents de scie", dispersées dans les hameaux, cheminées hérissées des bourgs industriels. Cotonniers, bonnetiers, paysans-tisseurs, colporteurs, tricoteuses ; le développement de la grande industrie textile a mobilisé les forces humaines des campagnes et des villes.

De 1870 à 1900, la croissance démographique des petites villes manufacturières marque l'âge d'or du textile, quand la "cotonne" acquiert une renommée internationale. Le textile fit naître et s'enrichir ceux que J.P.Houssel nomme "les capitaines de l'industrie", dont certains firent bâtir ces cités ouvrières insalubres - "les casernes"-. Il en ruina d'autres, qui avaient trop compté sans l'obsolescence rapide de leur parc de métiers. Tout comme au Creusot, l'industrie a imposé sa marque. Au fil du 20e siècle, les structures socio-industrielles de la région se sont tour à tour fragilisées, puis renforcées. "Conservant les traits du milieu rural qui l'a vu naître", sa domination reste toujours ancrée dans les mentalités (1).

- "Le Roannais... mais oui !" : C'est le slogan choisi par l'écomusée pour faire connaître, par voie d'affiche, ses itinéraires de découverte économique. Depuis 1983, D. Miquet, directrice-adjointe, s'occupe de l'organisation des circuits de tourisme industriel. Cette orientation est donc née pratiquement aux débuts de l'écomusée. L'exiguïté de ses locaux l'a incité à intervenir plutôt à l'extérieur. L'écomusée n'a jamais tellement développé d'activité "exposition temporaire".

Mais le facteur d'émergence principal du tourisme industriel fut la demande directement formulée par l'Ecole d'Architecture de Lyon, et l'Ecole Normale de Saint-Etienne pour visiter les sites industriels de la région. L'écomusée apparaissait donc, pour un public extérieur, comme la structure culturelle à priori la plus apte à offrir un tel service, à la fois culturel et touristique.

Les objectifs généraux de ce tourisme industriel :

- Participer à la promotion du tourisme de la découverte économique en France, à travers une région : le Roannais,
- Faire connaître cette région dans sa globalité : paysages, histoire écono-

(1) J.P. HOUSSEL.- "Le Roannais, une région textile".- Ecomusée du Roannais, 1986.- op. cit. p. 113

- mique et sociale, patrimoine industriel et classique, entreprises,
- Intervenir dans la vie économique locale en créant un véritable produit culturel, capable d'attirer dans la région une nouvelle clientèle.

Quels ont été les chemins suivis pour atteindre ces objectifs ?

L'originalité du tourisme industriel de cet écomusée tient à sa répartition thématique. Cinq circuits sont actuellement en liste :

1- "Connaissance du Roannais" : c'est un itinéraire non spécialisé qui permet d'appréhender l'identité de la région à travers ses paysages, ses architectures, et ses productions industrielles. Une visite d'entreprise est prévue. Monts du Beaujolais et de Tarare, vallée industrielle de la Trambouze, Cours (capitale de la couverture), Charlieu (travail de la soie). Durée une journée.

2- "Une ville et ses industries : Roanne" : la faïencerie au musée Déchelette, la cotonne et le vichy, les habitations ouvrières, le patrimoine traditionnel, visite de l'écomusée. Pas de visite d'entreprise. Durée une journée.

3- "Argile et textile en Roannais" : production céramique du 18^e siècle, briques et tuiles contemporaines (grandes unités de production et fours anciens), soie, bonneterie, et tissu éponge. Une visite d'entreprise est prévue. Visite d'un musée technique. Durée une journée.

4- "La reconversion des bâtiments industriels": visite de la ville de Cours, qui offre de beaux exemples de reconversion de bâtiments industriels. Pas de visite d'entreprise mais consultations, dans certaines usines, de catalogues anciens et contemporains. Durée 1/2 journée.

5- "Industries d'hier et industries d'aujourd'hui" : Monts du Beaujolais et de Tarare. Les évolutions de l'industrie textile. Visite de plusieurs musées techniques et d'entreprises. Durée une journée.

Le produit touristique se conçoit sur les mêmes bases qu'au Creusot : les principaux témoins architecturaux de l'industrie régionale. Mais le textile de Roanne possède un avantage sur la mine et la métallurgie creusotine : les productions textiles sont très diversifiées suivant les micro-régions et il est facile de décliner des thèmes de circuits en partant d'une fabrication particulière. Le choix est plus large. En outre, nombreuses sont les petites villes de la région roannaise qui possèdent des collections de vieux métiers, rassemblées sous le titre de "musée technique".

Trois circuits sur cinq incluent la visite d'une entreprise, presque à chaque fois différente. Cette proportion nous amène à mesurer l'efficacité des moyens mis en oeuvre pour atteindre les objectifs cités : il faut examiner la démarche méthodologique de D. Miguet pour sensibiliser les chefs d'entreprises locaux. Au départ, cette campagne de sensibilisation fut menée au coup par coup, vers des entreprises qui connaissaient déjà l'écomusé : telle industrie de soierie dont le directeur fait partie du conseil d'administration, telle autre qui avait fourni des documents d'archives pour des recherches. Puis, à partir d'une liste de la Chambre de Commerce et d'Industrie, un courrier a été envoyé à 250 petites et moyennes entreprises. Une étape décisive qui dura un an. Le contenu de ce courrier : des explications sur le travail de l'Ecomusée, une demande d'avis favorable ou non pour l'organisation de visites, les modalités de cette visite, la proposition d'une convention de visite, des précisions sur l'entreprise (historiques...).

Sur les 250 contactées, 60 entreprises ont répondu favorablement en signant la convention. C'est un résultat plus qu'honnête qui peut s'expliquer de la manière suivante :

La convention est un document rassurant. Le chef d'entreprise fixe le nombre de visiteurs, la durée de la visite ; il peut même choisir le profil du groupe accueilli. Il se protège ainsi de toute mauvaise surprise. La convention tend à créer un climat de confiance, que D. Miguet prend soin de régénérer en téléphonant régulièrement à l'entreprise avant chaque prévision de visite. Le tissu industriel de Roanne est particulièrement dense en petites et moyennes entreprises et celles-ci disposent souvent d'un magasin de vente. La vente représente une monnaie d'échange symbolique.

ORIGINALITE

Le point fort de l'Ecomusée du Roannais est d'avoir obtenu avec des entreprises une convention d'acceptation des visites de groupes. L'entreprise fixe le nombre de visites souhaitées dans l'année et l'importance des groupes. D. Miguet nous confie que les chiffres donnés traduisent la crainte des chefs d'entreprise d'être débordés, aussi trouve-t-on parmi ces réponses 2 ou 3 groupes par an. Mais, nous dit D. Miguet, "si la visite du premier groupe se déroule dans de bonnes conditions et si parfois le chiffre d'affaires du magasin de vente a ressenti le passage du groupe, on me fait comprendre que je peux revenir sans problème".



de J. Jourès 42300 ROANNE

77 67 46 58

VISITE D'ENTREPRISES

Raison sociale :

Siège :

accepte de recevoir groupe s par an, de
personnes maximum chacun.

L'accompagnement sera assuré par un responsable de l'Economie du Roannais,
dans le cadre des circuits de tourisme industriel.

Pour l'entreprise

Nom

Fonction

Signature

. Possibilité d'acheter à l'usine (ou en magasin de vente)
les produits fabriqués :

oui non

. Existe-t-il un historique de l'entreprise :

oui non

(si oui, pouvez-vous nous l'envoyer)

L'Ecomusée de Roanne tient à limiter son activité de circuits de tourisme industriel : 10 à 20 groupes par an. Le tourisme industriel n'est qu'une activité parmi d'autres de l'Ecomusée. Un dépliant et une affiche en assurent toutefois une promotion ciblée avec le concours de l'Ecole Supérieure de Commerce de Lyon. Une inscription dans les Routes de l'histoire de la Caisse des Monuments Historiques confère aux circuits une notoriété nationale et internationale.

Il est à souligner que l'Ecomusée de Roanne s'est doté d'un agrément d'agence de voyage qui lui autorise la commercialisation de ses circuits à tout public et non plus simplement à ses adhérents.

LE PUBLIC

Il est essentiellement constitué d'élèves de l'enseignement secondaire et supérieur (BTS, Lycées, collèges, Grandes écoles comme l'ENTPE, l'Ecole Normale de St-Etienne, l'Ecole d'Architecture de Lyon) que l'Ecomusée s'efforce de fidéliser car pour D. Miguet, le tourisme industriel reste un tourisme spécialisé pour un public motivé. Dans l'optique de la commercialisation limitée envisagée par l'Ecomusée du Roannais, fidéliser des écoles "naturellement" susceptibles d'être intéressées par ces produits est plus efficace que de vouloir capter le grand public plus nombreux mais déjà tellement sollicité sur le marché du tourisme classique. On compte quelques associations culturelles et professionnelles : les retraités de Rhône-Poulenc, l'Association des Amis de Chambéry). D. Miguet souhaite présenter promouvoir ces circuits auprès des comités d'entreprises qui prévoient généralement leurs activités longtemps à l'avance. Il semble aussi que le produit soit tout à fait apte à intéresser un public de passage (touristes étrangers). Cette nouvelle clientèle permettrait de tester la force touristique et économique des circuits proposés.

3.3. L'ECOMUSEE NORD-DAUPHINE

Fondé en 1980, l'Ecomusée Nord-Dauphiné oriente essentiellement son travail sur le territoire du nord du département de l'Isère. Les recherches, les expositions, les films, les publications, sont autant de moyens pour comprendre et faire connaître un territoire, pour construire avec sa population, une connais-

sance dynamique de son histoire et de ses cultures. L'écomusée suit une politique de mise en valeur et de connaissance du patrimoine ethnologique dans toutes ses dimensions. Dès sa création, ses problématiques se sont orientées sur les milieux techniques qui s'inscrivent dans les traditions locales : l'étude de certains groupes professionnels (les taillandiers de la Fure, les carriers du bassin de Montalieu), ou de branches de production particulières (l'activité textile / impression sur étoffe de Bourgoin-Jallieu)... et l'approche critique d'un système religieux au service d'un système industriel (les usines-pensionnats). L'Ecomusée, au fil de ses recherches, a développé une thématique des cultures professionnelles qui veut dépasser la vision folklorisante du "métier en voie d'extinction".

Au contraire, son implantation sur la ville nouvelle de l'Isle d'Abeau, ce lieu symbolique de la modernité urbaine, l'incite à situer les traditions techniques dans un schéma évolutif.

Les trois circuits présentés ci-après témoignent de deux démarches différentes :

- les circuits textile et liquoristerie* ont été pensés comme prolongement ponctuels d'expositions temporaires,
- le circuit "Tour de la Terre", fut conçu dès le départ en animation de la première antenne de l'Ecomusée Nord-Dauphiné "La Tour de Pisé". Son caractère permanent fonde les orientations de l'Ecomusée en matière de tourisme industriel et technique qui devient une part importante de son activité.

3.3.1. Originalité du produit "Tour de la Terre"

L'architecture de terre en Nord-Dauphiné illustre bien cette confrontation entre tradition et modernité. Maisons rurales, bâtiments agricoles, écoles, mairies, manoirs, cités ouvrières, usines pensionnats...: au pisé traditionnel s'ajoutent maintenant de nouvelles constructions en terre crue, issues des technologies contemporaines. Le Domaine de la Terre de Villefontaine est une vitrine européenne des techniques de construction en terre crue. La réussite de ce village expérimental, dont les maisons rivalisent d'originalité dans les formes, prouve que la terre à bâtir, ce matériau banal et traditionnel, peut s'adapter aux exigences contemporaines de l'habitat. (Cf. annexe n 12)

* "Alchimie verte"

L'ALCHIMIE VERTE

Le Bas-Dauphiné, "Jardin des Apothicaires Lyonnais"

ITINERAIRE JOURNEE

Accueil à l'Ecomusée Nord-Dauphiné

- . Projection d'un diaporama sur les plantes régionales.
- . Présentation de la tradition herboriste et liquoriste du Bas-Dauphiné, "Jardin des Apothicaires Lyonnais"
 - Les moines médecins et liquoristes,
 - La médecine lyonnaise,
 - Les colporteurs.

Départ pour ST-ANTOINE L'ABBAYE

- . Visite de l'Abbatiale où étaient soignés les victimes d'un des fléaux du Moyen-Age "Le mal des Ardents", avec un "Saint-Vinage" fait de vin et de plantes médicinales.

L'Abbatiale offre un complexe architectural remarquable riche d'informations et d'émotions.

Déjeuner

Départ pour la Côte St-André

- . Visite de l'entreprise Cherry-Rocher

La liqueur Cherry-Rocher, comme beaucoup de liqueurs, a pour origine un élixir végétal destiné à soigner les malades.

- . Musée de la liqueur,
- . Verger d'étude,
- . Fabrication,
- . Dégustation.

Renseignements à l'Ecomusée Nord-Dauphiné
Tél : 74.94.17.00

Les usines-pensionnats dans la tradition textile du Bas-Dauphiné

ITINERAIRE JOURNEE

Accueil à l'Ecomusée Nord-Dauphiné

Présentation de la tradition textile du Bas-Dauphiné
Projection d'un diaporama : "Chroniques des Usines-Pensionnats"

Prolongement de la Fabrique Lyonnaise dans les campagnes environnantes de Lyon, ces usines textiles accueillait des ouvrières pensionnaires encadrées par des religieuses. Leur architecture reflète encore aujourd'hui le système social qu'elles abritaient.

BOURGOIN-JALLIEU

Visites extérieures de deux anciennes usines-pensionnats
- l'ancienne usine SCHWARZENBACH et sa CITE OUVRIERE
- l'ancienne usine du VERNAY

DEJEUNER

Visite d'une usine textile en activité

et, selon le temps restant disponible

MUSEE VICTOR CHARRETON (Bourgoin-Jallieu)

Visite du secteur IMPRESSION SUR ETOFFES, production textile dont Bourgoin-Jallieu s'est fait une spécialité.

Renseignements à l'Ecomusée Nord-Dauphiné
Tél. : 74.94.17.00

"LE TOUR DE LA TERRE"

ITINERAIRE JOURNEE

Ce circuit propose :

- La découverte du DOMAINE DE LA TERRE,
- La visite de la TOUR DE PISÉ,
- Les plus beaux exemples d'un PATRIMOINE TRADITIONNEL MECONNU

LE DOMAINE DE LA TERRE

Réalisation UNIQUE EN EUROPE de constructions contemporaines en terre crue. 65 logements groupés en 11 îlots construits par dix équipes d'architectes. Un quartier original à découvrir absolument.

VISITE DE LA TOUR DE PISÉ, antenne de l'Ecomusée Nord-Dauphiné. Pour en savoir plus sur les techniques de construction en terre crue en France et dans le monde et sur la diversité d'un patrimoine régional.

UNE PROMENADE DANS LES PAYSAGES VALLONNES DU BAS-DAUPHINE PERMETTRA DE DECOUVRIR QUELQUES-UNS DE CES SITES

St-Savin : petit village vinicole aux belles granges de pisé tournées vers les vignobles, dégustation des "Balms dauphinoises",

Olouise : joli hameau aux maisons en pisé non crépi,

La Chapite : petite chapelle,

Dolomieu : village natal du géologue Déodat de Dolomieu qui a donné son nom aux Dolomites (Italie).
Manoir du Peillet, ancienne église, école...

Corbelin : cité des tissages de soieries (ancienne usine-pensionnat). Ici, le pisé fut au service des bâtiments industriels de la seconde moitié du XIXe siècle.

Charavines et son lac : qui offre un merveilleux cadre pour apprécier le temps du déjeuner.

Louisias : classée monument historique, la dernière ferme couverte en chaume du département surprend par ses proportions impressionnantes.

La Frette : ses constructions très caractéristiques en galets roulés donnent aux soubassements des maisons de pisé un aspect tout particulier.

St-Siméon de Bressieux : immense cité ouvrière (4 000 m² de plancher) construite en pisé. Témoignage d'une ambiance de vie communautaire fixée sur le lieu de travail.

*Tout un patrimoine méconnu à redécouvrir
Le pisé va vous étonner !*

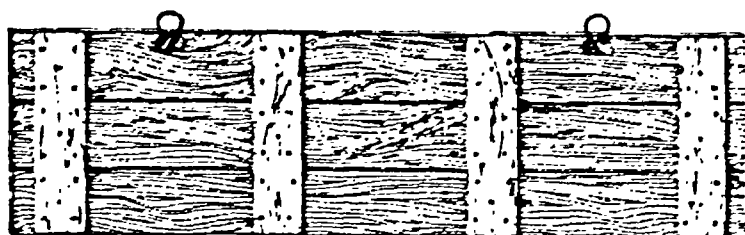
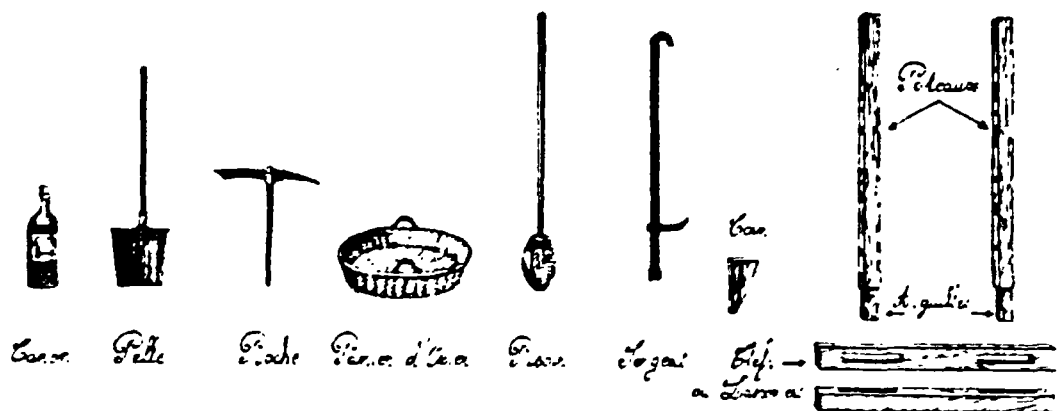
Les traditions de la construction en terre sont fortes en de nombreux points du globe. La fin des années 70 a ouvert une ère nouvelle dans l'utilisation de ces techniques de construction ancestrales : pour satisfaire son besoin d'habiter, l'homme ponctionne son environnement naturel. Au-delà de cette image naturaliste, la construction en pisé est aussi une déclaration d'originalité pour la région Nord-Dauphiné. Elle définit une façon de construire et d'habiter, donc des manières d'être et de faire spécifiques. Le territoire nord-dauphinois est riche de témoins architecturaux, soit discrets, dans les recoins du paysage (pigeonniers, pavillons), soit monumentaux (manoirs, usines-pensionnats). Ces lieux sont des traces d'originalité technique et culturelle ; ils signifient aussi parfois la vocation industrielle de la région au XIXe siècle. Ils contribuent à dessiner une aire culturelle, fournissent l'occasion de lire une technique, un métier, des mentalités.

Le Tour de la Terre n'est pas un produit "tourisme industriel" stricto-sensu. C'est un circuit de découverte des architectures de terre passées et présentes, qu met en lumière les techniques, les modes d'utilisation du matériau terre. Il s'agit plus d'un tourisme technique, axé sur l'exploration culturelle et patrimoniale d'un savoir-faire, conjugué au passé et au présent. L'organisation matérielle de ce circuit est donc complètement indépendante des contraintes de l'espace industriel : bien que l'itinéraire puisse inclure la visite d'une entreprise de travaux publics, ayant participé au chantier "pilote" du Domaine de la Terre. Le commentaire accorde par ailleurs une très large place au rôle de transfert de technologie que le Domaine de la Terre joue en direction des pays en voie de développement (15 000 visiteurs de 60 nationalités différentes ont visité le Domaine de la Terre depuis sa création en 1981).

UN DISCOURS QUI ELABORE UNE NOUVELLE FACON DE CONCEVOIR LA TECHNIQUE

Le guide jouera le rôle de l'interprète. Il devra interpréter le paysage, en fournir une lecture claire et immédiate. Il devra interpréter aussi les processus techniques qui caractérisent la construction en terre. Faire reconnaître et apprécier ses spécificités techniques impose l'emploi d'un langage clair, accessible au non-initié. C'est là que l'Ecomusée devra servir de médiateur entre la connaissance scientifique (anthropologie et architecture) et l'attente du public. Sa collaboration avec le Centre International de Recherche et d'Appli-

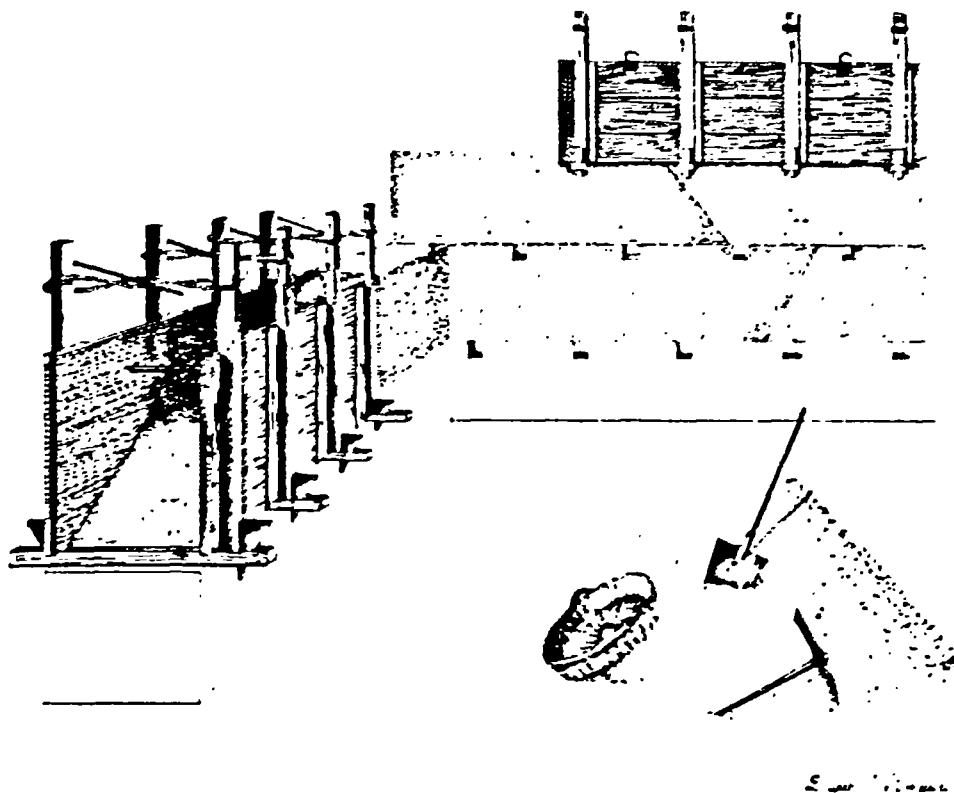
Les Outils du Piseur



Boîte



Boîte



cation pour la construction en Terre (CRATERRE) lui permet de disposer des connaissances techniques pointues d'experts internationaux, d'architectes, d'ingénieurs, de chercheurs et d'enseignants. Parallèlement, ses recherches en ethnologie offrent un autre regard sur le contexte économique, social et culturel, de ce milieu technique. Le "Tour de la Terre" devra être l'occasion de faire converger ces différents discours vers un même but : la prise en compte de cette technique dans le champ culturel. Le soutien de CRATERRE, allié aux moyens traditionnels de diffusion (expositions, publications et films...) pourra permettre de répondre aux attentes d'un public assez diversifié :

Pour un groupe de scolaires, on emploiera un discours pédagogique, plus pratique que théorique (anecdotes sur les habitations, manipulations du matériau, rencontres avec les piseurs...). Pour un groupe de techniciens ou d'ingénieurs, l'assistance d'un membre de CRATERRE pourra être sollicitée (Cf. annexe , convention). Pour les amateurs de patrimoine, les acquits culturels et historiques de l'Ecomusée seront pertinents.

"TOUR DE PISE" - EXPOSITION POINT DE DEPART

Cette tour de cinq étages, construite sous la conduite d'ouvrage de l'OPAC de l'Isère, a été inaugurée le 20 juin 1987. Antenne de l'Ecomusée Nord-Dauphiné, elle abrite une exposition sur les techniques de construction en terre crue. Les thèmes de cette exposition :

- 1er étage : identité régionale,
- 2ème étage : savoir-faire traditionnels,
- 3ème étage : modernité des techniques,
- 4ème étage : Vivre la terre aujourd'hui,
- 5ème étage : belvédère dominant le site de la ville nouvelle (bientôt équipé d'une table d'orientation).

Des documents conçus en "déclinaison"

Un graphiste ayant assuré la conception muséographique de la Tour de Pisé, il nous a paru judicieux de continuer à travailler avec lui sur l'élaboration des documents de présentation et de promotion de cette antenne de l'Ecomusée. En effet, le thème de l'exposition et sa traduction au grand public lui étant familiers, ce graphiste a su non seulement donner aux documents une dimension esthétique fort appréciée mais aussi orienter leur conception "en déclinaison"

créant ainsi une unité de communication.

Une plaquette-guide (publication en co-production avec CRAterre-Ecole d'Architecture de Grenoble) : la très belle photo qui compose la couverture (oeuvre de Philippe PERRIN, objecteur de conscience employé à l'Ecomusée Nord-Dauphiné dont nous avons su valoriser les talents photographiques) communique d'emblée la couleur et la chaleur du matériau terre. Cette approche -presque tactile du matériau- était importante. Un texte scientifique, mais grand public, de l'architecte H. Guillaud laisse après la visite de l'exposition une information générale sur le matériau terre et l'universalité de son utilisation. Une courte présentation du Domaine de la Terre souligne l'intérêt technologique de cette expérience pilote unique en Europe. La dernière partie de la plaquette permet sous la forme d'un itinéraire "Le Tour de la Terre" de partir individuellement à la découverte des plus beaux témoins du patrimoine bâti en pisé dans le Bas-Dauphiné.

Un dépliant d'appel pour les groupes propose et invite les organisateurs de voyages en groupe à se renseigner sur les autres possibilités de circuits industriels et culturels.

Le dossier de presse élaboré lors de l'inauguration reprenait le format et la couverture de la plaquette. L'envoi de ce dossier s'était effectué en deux temps : l'envoi d'une carte de visite Ecomusée Nord-Dauphiné (couleur terre), à laquelle était jointe un petit sachet de terre (pisé) accompagné d'une phrase énigmatique "Laissez-nous vous jouer un bon tour !" et l'envoi du dossier de presse deux jours après apportait la réponse. Nous devons reconnaître que le coût supplémentaire de cet envoi à la presse en deux temps n'a pas eu les retombées attendues quant à la présence des journalistes lors de l'inauguration. Cependant, il a certainement favorisé la parution d'un grand nombre d'articles dans le mois suivant l'inauguration.

Ainsi, l'ensemble des documents produits a été conçu non plus seulement comme moyen d'information mais aussi comme outil de communication. La plaquette, publication attrayante et élément de connaissance complémentaire à la visite de la Tour de Pisé, est aussi une invitation à faire le Tour de la Terre, car il semble que tout l'intérêt de cette démarche est justement de sortir concrètement des murs de l'exposition, pour accompagner le visiteur dans son parcours, en prenant soin d'éviter tout "catéchisme" technique. C'est justement dans cet-

te prolongation du discours sur le terrain que l'Ecomusée engagera ses compétences. Si le Tour de la Terre réunit bien les conditions d'une formation esthétique -et l'esthétique est déjà intégrée dans l'idée de culture depuis Schiller-, il gagnera à introduire, dans le cas des découvertes individuelles, un moyen de communication directe avec le touriste. Sinon, le Tour de la Terre ne sera finalement qu'un circuit touristique un peu plus original qu'un autre. En fait, l'idée a été lancée de remettre, à chaque personne, un walkman d'accompagnement, dont la cassette expliquerait, au fil des espaces parcourus, les caractéristiques culturelles et techniques de la construction en terre. L'Ecomusée se rend bien compte que le regard seul ne suffit pas à relever les enjeux de la culture technique, ni ceux d'ailleurs liés, du tourisme technique. Celui-ci ne peut faire connaître les cultures professionnelles ou les formes variées de la culture technique, qu'en s'appuyant sur les observations de ceux qui sont en lien direct avec le territoire et les populations porteuses de cette culture. C'est pour cette raison que l'Ecomusée se démarque des acteurs du tourisme traditionnel.

3.3.2. Une approche commerciale

En 1984, l'Ecomusée Nord-Dauphiné faisait rentrer dans son équipe Mme Boivin, titulaire du BTS et de la licence de Tourisme et ayant 12 ans d'expérience dans ce secteur d'activité. L'Ecomusée détenteur d'informations, véritable banque de données sur le Nord-Dauphiné cherchait une façon vivante de restituer au public ce capital. Peut-être des circuits guidés ? Le guidage des groupes dans les expositions temporaires présentées au siège de l'Ecomusée fut une première initiative et très vite s'est posée la question "Pourquoi ne pas aller sur place ?". Ainsi, des circuits ponctuels se sont mis en place (1985) en prolongement des expositions présentées, mais sans grande promotion faute de moyens. Le public de ces circuits guidés étaient essentiellement des scolaires et clubs 3e âges.

ANALYSE DU PUBLIC

En juillet 1987, l'Ecomusée Nord-Dauphiné a élaboré un questionnaire afin de dresser un premier tableau du public susceptible d'être intéressé par le Tour de la Terre. La Tour de Pisé sera le point de départ du Tour de la Terre. Le but du questionnaire est donc de connaître :

- Dans quel contexte, le visiteur vient à la Tour de Pisé (et les motivations de sa visite) ?,
- Sa connaissance du matériau terre et de ses applications architecturales,

ECOMUSEE NORD-DAUPHINE

MAISON LEVRAT rue du Lac 38090 VILLEFONTAINE Tél. 74.94.17.00



L'Ecomusée Nord-Dauphiné vous remercie de répondre à ce questionnaire, désirant à mieux connaître vos attentes.

QUESTIONNAIRE

1. Comment avez-vous eu connaissance de la Tour de Pisé?
(plusieurs réponses possibles)

- Par un client (lequel ?)..... 1
- Par un syndicat d'initiative ou un office
de tourisme..... 2
- Par publicité au courrier de l'Ecomusée
Nord-Dauphiné..... 3
- Par une visite à l'Ecomusée Nord-Dauphiné..... 4
- Par la presse (laquelle ?)..... 5
- Par la radio (laquelle ?)..... 6
- Par la télévision..... 7
- Par un hôtel, un restaurant de la région..... 8
- Par des amis, des relations..... 9
- Autres (précisez).....

2. Parmi les maisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux votre
visite à la Tour de Pisé ? (plusieurs réponses possibles)

- A l'occasion d'une promenade dans le Domaine de la
Terre, vous visiter la Tour de Pisé par simple
curiosité..... 1
- Vous vouliez connaître comment les maisons en terre du
Domaine de la Terre ont été construites..... 2

- Vous vouliez connaître les différents modes de construction des architectures de terre en

- . France 3
- . Dans le monde 3'
- . En général 3''

- Vous vouliez découvrir la tradition du patrimoine en pisé dans le Nord-Dauphiné..... 4

- Vous avez l'habitude de visiter les expositions et les musées..... 5

- Raisons professionnelles..... 6

- Autres (Précisez).....

3. Avant de venir au Domaine de la Terre, connaissiez vous l'architecture de terre ?

OUI 1

NON 2

4. Pensez-vous que la visite de l'exposition doit être prolongée ? Seriez-vous alors intéressés par un circuit de découverte guidée de l'architecture de terre traditionnelle dans le Nord-Dauphiné ?

OUI 1

NON 2

Si OUI, dans quelles conditions ?

. Une visite d'une heure 3

. Une visite d'une demi-journée 4

. Une visite d'une journée 5

5. Après la visite de l'exposition, souhaiteriez-vous en savoir plus ?

OUI 1

NON 2

- Si oui (plusieurs réponses possibles)

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| . Visiter un laboratoire d'études consacré à la terre..... | <input type="checkbox"/> | 3 |
| . Visiter une entreprise qui fabrique des blocs de terre..... | <input type="checkbox"/> | 4 |
| . Discuter avec des spécialistes (techniciens, ingénieurs, architectes, ethnologues)..... | <input type="checkbox"/> | 5 |
| . Rencontrer des familles qui habitent une maison en terre..... | <input type="checkbox"/> | 6 |
| . Rencontrer des personnes qui ont bâti leur maison en terre..... | <input type="checkbox"/> | 7 |
| . Consulter de la documentation à l'Ecomusée Nord-Dauphiné..... | <input type="checkbox"/> | 8 |
| . Visionnez des films sur la terre..... | <input type="checkbox"/> | 9 |
| . Autres (précisez)..... | | |
6. Quelle est la raison de votre présence aujourd'hui au village terre de l'Isle d'Abeau ?
- | | | |
|--|--------------------------|---|
| . Tourisme dans la région..... | <input type="checkbox"/> | 1 |
| . Simple traversée de la région dans le cadre d'un voyage personnel..... | <input type="checkbox"/> | 2 |
| . Spécialement pour voir la Tour de Pisé..... | <input type="checkbox"/> | 3 |
7. A la suite de votre visite à la tour de Pisé :
- | | Oui | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|
| . Vous saurez reconnaître une maison construite en terre d'une autre maison..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| . Vous avez envie de visiter d'autres expositions ou écomusées qui présentent les techniques de construction en terre..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| . Vous aimeriez habiter dans une maison en pisé | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| . Autres remarques..... | | |

8. Aujourd'hui, visiterez-vous des monuments historiques ou des châteaux de la région ?

Oui 1

Non 2

9. Pensez-vous que la connaissance de la technique et des entreprises fait partie de la découverte culturelle d'une région ?

Oui 1

Non 2

Si oui précisez.....

Vous pouvez remplir ce questionnaire chez vous et le renvoyer à

Ecomusée Nord-Dauphiné
 Maison Levrat
 Rue du Lac
 38090 VILLEFONTAINE

74.94.17.00

RENSEIGNEMENTS

NOM/Prénom :

Age :

Profession.....

Adresse :

.....

- L'intérêt porté à la visite de l'exposition,
- Si cet intérêt est satisfait par la seule visite de la tour,
- Comment le Tour de la terre doit être organisé pour répondre aux attentes de ceux qui veulent prolonger leur découverte in-situ.

Les réponses à ce questionnaire sont encore trop peu nombreuses pour être exploitées (la Tour de Pisé n'est ouverte au public que depuis le 20 juin 87 et uniquement les samedis et dimanches après-midis). Il faut attendre au moins le printemps prochain pour esquisser une première typologie du public. La qualité des prestations se mesurera en interrogeant ensuite les clients du Tour de la Terre sur leur degré de satisfaction. Pour l'instant, l'Ecomusée fait l'hypothèse d'un public à la fois large (vacanciers, personnes 3e âge) et spécialisé (scolaires, universitaires, techniciens...). Il se prépare donc à répondre à des demandes différentes : pédagogiques, technologiques, culturelles... Dans l'immédiat, les groupes seront guidés par un conférencier à la fois spécialisé et polyvalent.

PROMOTION

"Le Tour de la Terre" conçu comme prolongement de l'exposition permanente de la Tour de Pisé bénéficie d'un budget promotion plus important qui nous ouvre les portes de quelques manifestations auxquelles l'Ecomusée avait choisi de participer individuellement ou en collectif :

- Forum du Patrimoine : un stand "Tour de la Terre" (avec un mannequin piseur, banche, outils, photos, panneau lumineux, automate),
- Salon des autocaristes anglais (Londres) avec le Groupement des Syndicats d'Initiative et Offices de Tourisme du Nord-Isère et la Chambre de Commerce de Vienne,
- MITCAR (Paris), avec le Comité Départemental du Tourisme de l'Isère,
- Forum des Association de Bourgoin-Jallieu.

En prévision pour 1988 :

- Un salon étranger (suisse ?),
- Mahana (Lyon),
- Part-Dieu (Lyon),
- MITCAR (Paris).

Ces manifestations se feront en collectif avec le Comité Départemental de l'Isère et assureront la promotion du "Tour de la Terre" inscrit dans le dépliant

"Promenades insolites en Dauphiné". L'Ecomusée est partenaire de ce groupement des sites touristiques qui produisent un dépliant et des actions de promotion communs, la règle du jeu étant de favoriser au maximum le phénomène de renvoi des visiteurs d'un site à l'autre.

Nous rappelons que d'une part, ce type de groupement permet d'accéder à des manifestations de promotion, qui financièrement seraient inaccessibles pour l'Ecomusée seul et que, d'autre part, le produit culturel et technique inscrit dans l'écrin touristique régional bénéficie de la notoriété acquise de certains de ses sites. Toutes ces manifestations sont l'occasion de relancer les circuits Textile et Liquoristerie en documentation complémentaire.

DISTRIBUTION

Comme tout autre produit formulé commercialement, l'acte de vente d'un produit de tourisme industriel passe obligatoirement par un ou des systèmes de distribution. En matière de tourisme, les intermédiaires privilégiés sont les professionnels du voyage (Agents de voyage, autocaristes), qui disposent de leurs propres réseaux sur leurs propres marchés. Si l'Ecomusée s'est donné les moyens d'une promotion d'envergure, il veut être plus mesuré au niveau de la distribution afin de pouvoir être capable de satisfaire la demande. En effet, seule Mme Boivin qui a d'autres activités à l'Ecomusée peut assurer le guidage du Tour de la Terre et assurer la formation d'autres personnes serait un investissement trop lourd pour notre structure en période de lancement du produit. Mme Boivin a donc établi des rapports privilégiés avec un autocariste local-agent de voyage réceptif et une agence de voyages de réceptif lyonnaise. Chacun d'eux a dit "sa volonté de collaborer sur des produits intelligents". Manquant d'éléments chiffrés pour évaluer l'intérêt commercial de nos circuits, ils proposent de mettre leur savoir-faire professionnel à notre disposition pour une "période-test" qui permettra de fournir ces éléments.

L'autocariste local a "retravaillé" avec Mme Boivin le produit "Tour de la Terre" dans sa forme de circuit touristique (meilleur itinéraire routier en fonction des étapes imposées par le thème du circuit, arrêt petit-déjeuner libre pour les groupes arrivant en TGV et partis tôt de Paris, présentation standard des brochures professionnelles...). Le restaurant ayant été contacté par nos soins (annexe 23), l'autocariste a tarifié en "tirant les prix du transport aux ma-

ximum, le Tour de la Terre au départ de Lyon. Le prix journée tout compris (guidage, transport, repas) est de 210 F par personne au départ de Lyon Part-Dieu et 200 F au départ de Lyon-Satolas, sur la base d'un groupe minimum de 20 personnes. Il nous a été précisé que ce créneau de prix était correct. Cela mettait le même produit journée à environ 500 F au départ de Paris, un seuil à ne pas trop dépasser dans cette gamme de produit. C'est sur les documents de cet autocariste, mention faite de l'Ecomusée Nord-Dauphiné, que le programme journée Tour de la Terre tarifié et traduit en anglais a été présenté au Salon de Londres. Cette documentation s'accompagnait d'un dossier à consulter, en anglais, illustré de nombreuses photos du circuit, ainsi que du restaurant et des cars mis à disposition.

Projets de collaboration

Avec l'autocariste et l'agence de réceptif lyonnaise qui accepte de passer par cet autocariste quand elle enverra du public sur nos circuits, nous allons "retravailler" et tarifier les circuits Textile et Liquoristerie. Nous leur demanderons aussi de négocier pour nous les tarifs dans les restaurants : ils représentent en effet une force de vente supérieure à la nôtre. Nous présenterons les trois circuits signés Ecomusée Nord-Dauphiné sur un document de chacune des agences envoyé parallèlement par mailing de l'agence lyonnaise en utilisant leurs fichiers et leur propre réseau de distribution (SNCF) et par mailing de l'Ecomusée Nord-Dauphiné (aux groupes déjà venus voir une exposition à l'Ecomusée et pour qui cette structure n'est pas inconnue). Nous concevrons avec l'autocariste local un produit "Tour de la Terre" plus spécifiquement adapté aux techniciens étrangers qui viennent visiter le Domaine de la Terre.

L'Ecomusée dispose dans une première phase de travail d'un éventail de trois produits dont il assure, nous l'avons vu, une promotion simultanée et les propose ensemble aux professionnels du tourisme qui apprécient cette diversité. :

- Le Tour de la Terre, itinéraire culturel et technique,
- La Liquoristerie, circuit touristique et industriel,
- Le Textile, circuit de tourisme industriel.

Ce programme permet de satisfaire plusieurs types de demande. Utiliser la logistique des autocaristes et des agents de voyages faisant du réceptif a semblé la formule la mieux adaptée à notre structure en phase de démarrage d'une activité de tourisme industriel. L'Ecomusée envisage néanmoins la possibilité d'acquérir à moyen ou à long terme l'agrément "agence de voyages" puisqu'il remplit les conditions nécessaires dont la principale est d'avoir comme responsable de l'activité tourisme une personne titulaire du BTS Tourisme.

FORCES

ET

CONTRAINTES

DE L'ENVIRONNEMENT

- . Volonté d'Etat de rendre l'entreprise familière (Association une autre France à Découvrir)
(Cf. annexe n° 25)
- . Pas de mesures concrètes d'incitation (par ex. avantages fiscaux pour les entreprises qui se doteraient d'un service d'accueil de groupes régulier)

Manque d'actions de promotion de ce nouveau tourisme auprès des industriels.
- . Volonté d'Etat de voir l'entreprise jouer un rôle culturel (mesures en faveur du mécénat culturel)
- . Trop souvent réservé aux Beaux-Arts, Musique, Danse dans des manifestations de prestige.
- . Signes d'ouverture de l'entreprise (structure financière éclatée de l'entreprise, soucis de communication extérieure)
- . Beaucoup de PME-PMI n'ont pas les moyens d'une ouverture,

. Espionnage, sécurité, production confidentielle.
- . Convention "Culture-Tourisme"
(Cf. annexe n° 24)
- . Une action spécifique pour la valorisation du patrimoine industriel n'y est pas clairement envisagée.
- . Soucis d'insertion locale et régionale de l'entreprise
- . Actions dirigées en priorité vers les élus.
- . Evolution du marché des voyages (voyagistes à l'affût de nouveaux produits, demande croissante pour un tourisme technique)
- . Fort budget d'investissement pour satisfaire ce type de demande.

. Potentiel touristique régional

. Développement et fréquentation croissante des musées techniques

. TGV

- met la clientèle parisienne à 2 h de Lyon,
- suscite en lui-même une curiosité et un tourisme technique,
- constitue un produit d'appel associable avec des produits tourisme industriel régionaux.

. Potentiel universitaire de la région Rhône-Alpes

(public naturellement motivé)

. Richesse des travaux anthropologiques, historiques et sociologiques sur le monde du travail et des techniques

. Prise en compte de la technique dans le champ des activités culturelles

. Souci de cohésion interne de l'entreprise (culture d'entreprise, "participation ouvrière, cercles de qualité, valorisation des moyens humains et techniques).

. Diffuse une image "passéiste" du tourisme industriel.

. Concurrence forte du produit "gastronomique" et culturel lyonnais.

. Inadéquation entre le langage de la recherche et celui de l'entreprise.

. Vulgarisation technique et scientifique dénaturant la dimension humaine de l'activité technique (gadgetisation, vitrine technologique).

. Idéalisation de l'image de l'entreprise.

CONCLUSION

Le premier chapitre montre dans quelles mesures le travail peut être producteur de cultures diversifiées plus ou moins distinctes les unes des autres, qui s'expriment différemment selon les espaces. Nous avons essayé de les comprendre au travers des faits et des pratiques les plus significatifs de l'acte de produire. Divers indices prouvent qu'elles traduisent des exigences et des préoccupations diverses et profondes : désir d'autonomie, de réappropriation, de reconnaissance professionnelle... ou stratégie commerciale, renforcement de "l'esprit maison", développement quantitatif et qualitatif de la production. Il semblerait facile de dissocier la culture au travail, qui porte ses fins sur les produits. Nos hypothèses situaient le tourisme industriel à l'intersection des deux "cultures", comme réconciliation des enjeux de l'une et de l'autre ; sans qu'il fasse naître pour autant, une sorte de culture consensuelle qui aplanirait les différences.

Loin de dessiner un type idéal de coopération entre culture au travail et culture d'entreprise, le tourisme industriel cherche les voies de son développement par la création ou le renforcement d'alliances qui tendent peu à peu à le dévier de ce qu'il pourrait être. Par "alliance", nous n'entendons pas simplement les pactes passés avec les directions d'entreprises, mais surtout ce lien symbolique établi avec les témoins du passé industriel et technique : le tourisme industriel parie un peu trop souvent sur ces valeurs sûres, qui ne peuvent ni le décevoir, ni bien sûr rompre l'alliance.

Il nous semble que seule l'existence d'un "amont" scientifique peut faire de la visite d'entreprise -et plus généralement du tourisme industriel et technique- un véritable outil de développement culturel. La problématique de l'anthropologie du fait industriel et technique s'anime aujourd'hui, non seulement de techniques d'interprétation, mais aussi de plus en plus de techniques d'intervention. L'Association Française des Anthropologues a consacré son dernier (1) bulletin aux finalités d'une anthropologie de l'entreprise, tiraillée entre le choix soit d'une connaissance intellectuelle fondamentale, soit d'une démarche

(1) Association Française des Anthropologues. - "Quelques finalités pour la recherche en anthropologie". - n°26/27. - Décembre 86-Mars 87.

appliquée au management et au marketing. Un de articles de ce bulletin revendique un double métier pour l'anthropologue, à la fois chercheur et intervenant dans l'entreprise. Il semble que le tourisme industriel doit accompagner cette récente évolution de l'anthropologie : en même temps que les spécialistes de l'entreprise doivent se montrer plus attentifs à cette nouvelle forme de tourisme, dont ils peuvent faire un outil de développement culturel sérieux -Seul le rassemblement de ces compétences peut faire apparaître l'espace social et culturel de l'entreprise dans sa totalité. Non pas que l'anthropologue doive se transformer en guide touristique, mais l'enquête participante, les entretiens, les recherches d'archives peuvent servir de base à l'élaboration d'un programme de visites, d'expositions, de débats. Cette démarche inclut directement ceux qui travaillent dans un type d'expérience collective. Ce peut être une façon d'éviter la visite-"zoo".

Ecomusée et autres associations possèdent des capacités spécifiques pour faire découvrir le monde du travail et des techniques, mais ces capacités peuvent s'épuiser face aux difficultés qu'entraîne la mise au point d'une machinerie touristique compliquée ; il leur faut en plus tenir compte des avis parfois capricieux des chefs d'entreprise. De ce fait, priorité a été donnée à un lancement rapide des produits sur le marché touristique, avec les atouts qui étaient déjà acquis.

Il n'existe pas un type de tourisme industriel mais des fonctions et des positions touristiques et culturelles très différentes suivant les terrains industriels et techniques. Il semble urgent que cette nouvelle forme de tourisme ne devienne pas la "propriété exclusive" de certains organismes de communication. Malgré ses défauts, le tourisme industriel de l'A.D.T.I., des écomusées de Roanne et du Nord-Dauphiné permet de franchir un pas décisif dans la reconnaissance de la culture technique et de la culture au travail. Le tourisme industriel ne peut prétendre jeter les bases d'un développement culturel au sein de l'entreprise, ou en direction des savoir-faire techniques, qu'en plaçant l'expérience humaine en son centre.

Le tourisme industriel qui s'annonce être une forme de connaissance incontournable dans les années à venir, possède des atouts qui lui permettent de prétendre à un marché commercial :

Pour l'entreprise, il constitue un nouvel outil de communication apte à favoriser la diffusion de l'image de marque d'une structure, d'une profession, d'un produit. Il peut être aussi pour certains secteurs d'activités une publicité directe.

Les professionnels du tourisme trouveront en lui une nouvelle source de fréquentation touristique, un produit commercialisable hors des saisons touristiques classiques, enfin une nouvelle voie de retombées économiques sur l'infrastructure touristique de la région.

A l'échelle sociale, il offre un nouvel outil pédagogique procurant une information vivante "de terrain" professionnelle, technique, économique, historique et culturelle. Il favorise simultanément l'insertion de l'entreprise et du visiteur dans l'environnement local et régional.

Ainsi, comme acteur de la mise en oeuvre d'une forme de connaissance novatrice, jouant le rôle d'interface entre le monde industriel, touristique, culturel et scientifique, enfin comme partenaire à part entière du développement économique local et régional, le tourisme industriel justifie son ambition.

PROPOSITIONS

En conclusion, le développement réussi d'un tourisme industriel ambitieux nous semble devoir passer par les étapes suivantes :

- Une étude de marché qui permettra de connaître précisément l'état de la demande et du public, d'évaluer les effets d'une campagne d'information et les conditions de succès d'une commercialisation de ces nouveaux produits.
- Une politique nationale volontaire de communication d'une image de marque du tourisme industriel de qualité (label ?), sur laquelle s'appuieraient les produits régionaux.
- Une création d'interfaces actives entre le tourisme, l'industrie, la culture (cellule nationale/régionale de coordination ? mission interministérielle ?)
- Une politique d'incitation à l'ouverture en direction des entreprises : allègements fiscaux (du type de ceux relatifs au mécénat culturel ?) et facilités d'emplois (déduction de charges ?) en contrepartie d'un service d'accueil du public.
- Une politique d'incitation par des aides spécifiques aux produits de tourisme industriel faisant une large place à l'investigation scientifique et constituant de véritables actions culturelles.
- Une prise en considération de ce nouveau tourisme et de ses implications, au niveau de la formation des professionnels du tourisme et des professionnels de la culture.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES GENERAUX :

- BELLEVILLE Pierre.- Pour la culture dans l'entreprise : rapport au Ministère de la culture.- Paris, La Documentation Française; 1984.
- BELLEVILLE Pierre.- Action culturelle en milieu ouvrier : évaluation de cinq expériences.- Ministère de la Culture et de la Communication, Service des études et de la recherche; 1979.
- BON François.- Sortie d'usine.- Paris, Ed. de minuit; 1982.
- CHOMBARDE DE LAUWE P.H.- Espace et culture au travail.- Paris, Dalloz; 1983.
- FISCHER G.A.- Le travail et son espace : de l'appropriation à l'aménagement.- Paris, Dunod; 1983.- Collection "Les pratiques de l'espace".
- FREMONTIER Jacques.- La vie en lieu : voyage en culture ouvrière.- Paris, Fayard; 1981.
- FRIEDMAN Georges.- Où va le travail humain ?- Paris, Idées Gallimard; 1967.
- GILLE Bertrand.- Histoire des techniques : technique et civilisation : technique et sciences.- Paris, Gallimard; 1976. Collection "Encyclopédie de la Pléiade".
- HABERMAS Jürgen.- La technique et la science comme idéologie.- Paris, Gallimard; 1973. Collection "Les essais".
- KONOPNICKI.- Ballades dans la culture, avec arrêts fréquents chez les travailleurs.- Paris, Ed. sociales; 1978.
- LEROI-GOURHAN André.- Milieus et techniques.- Paris, Albin Michel; 1971.
- LEROI-GOURHAN André.- L'homme et la matière.- Paris, Albin Michel; 1973.

- LINHARD Daniel.- L'établi.- Paris, Ed. de minuit; 1978.
- LUCAS Philippe.- La rumeur minière ou le travail retravaillé.- Lyon, P.U.L.; 1985.
- OFFICE DU TOURISME DE LYON COMMUNAUTE.- Le livre blanc du tourisme lyonnais.- Lyon, Office du tourisme; 1981.
- POIRIER Jean.- Ethnologie générale.- Paris, Gallimard; 1968.
 - HAUDRICOUFT A.G.- La technologie culturelle, essai de méthodologie
 - MICHEA C.- Technologie culturelle, essai de systématique.
- ROCHERLO Philippe et ZEITOUN Jean.- Cultiver la technique : création et technologie.- Paris, Dalloz; 1983.
- SAINSAULIEU Renaud.- L'identité au travail : les effets culturels de l'organisation.- Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques; 1977.
- VALLERANT Jacques.- Culture technique et identité régionale.- Ecomusée Nord-Dauphine; 1983.
- VALLERANT Jacques, GEROME Noëlle, RIGNAULT Bernard.- Hommes, techniques et sociétés industrielles : traces et identités.- Paris, Dalloz; 1983.
- VERRET Michel.- L'ouvrier français.- Tome II: Le travail ouvrier.- Paris, Armand Colin; 1982. Collection U.
- UN GROUPE D'OUVRIERS.- Le mur du mépris.- Paris, Stock 2; 1978.

SUR LE TOURISME INDUSTRIEL :

- BELLEVILLE Pierre.- Tourisme industriel et culture au travail.- Institut Régional pour la formation d'adultes, Atelier Lorraine; Mai 1985.
- CENTRE DE CULTURE SCIENTIFIQUE TECHNIQUE ET INDUSTRIEL.-Invitation au voyage industriel : actes du colloque pour un tourisme industriel transfrontalier.- Espace Sarre-Lor-Lux.- 5,6,7 Juin 1986.-C.C.S.T.I. Thionville; 1986.

- ASSOCIATION COMTOISE DES ARTS ET TRADITIONS POPULAIRES.- Les enjeux du tourisme industriel : actes du colloque.- 14,15 novembre 1985.- A.C.A.T.P., Centre d'Action Culturelle de Montbéliard; 1986.
- MONTAGNE Sabine.- Travail personnel d'option : 1- Le tourisme industriel- 2- Etude de faisabilité d'un musée éciaté consacré au patrimoine industriel de la région stéphanoise.- Ecole des Mines de Saint Etienne.- 1986
- WALTHER Richard.- Le tourisme industriel.- Secrétariat chargé du tourisme, 1984.
- La part de Rhône-Alpes dans le système industriel Français (Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Rhône-Alpes), 1984.
- Revue 1982 Chambre de Commerce et d'Industrie de Vienne, l'Ecomusée Nord-Dauphiné.
- Isère Demain, N° 1, octobre 1987.
- "Découvrez les cathédrales de l'Industrie", Sciences et vie Economique, N° 30, Juillet-Août 1987.

PERIODIQUES - COMPTES RENDUS DE COLLOQUES - GUIDES :

- Association Française des Anthropologues.- Quelques finalités pour la recherche anthropologique.- Bulletin n° 26,27.- Déc. 86 - Mars 87.
- Centre de recherches sur la culture technique.- Culture technique.- Paris, C.R.C.T.
 - N°1 - "Fondations".- C.R.C.T., Octobre 1979.
 - N°2 - "Conférence d'Annay".- C.R.C.T., Avril 1980.
 - N°4 - "L'empreinte de la technique".- C.R.C.T., Février 1981.
 - N°6 - "Manifeste pour le développement de la culture technique".- C.R.C.T., 4ème trimestre 1981.
 - N°7 - "Robotique et automation".- C.R.C.T., Mars 1982.
 - N°8 - "Création, travail, industrie".- C.R.C.T., Juin 1982.
 - N°17 - "Electricité, électronique, civilisation".- C.R.C.T., Mars 1987.
 - N° Spécial.- "L'usine et la ville".- C.R.C.T., Institut Français d'Architecture, 2ème trimestre 1986.

- Revue ESPRIT.- "Changer la culture et la politique, vous avez dit culture technique ?".- Paris, Octobre 1982. N° 10
- Revue MILIEUX.- "Dossier : la crise de la technologie contemporaine".- Ecomusée du Creusot, Institut J.B Dumay, Juin/Sept. 1983. N°14.
- Revue TERRAIN.- "Ethnologie, techniques, industries : vers une anthropologie industrielle."- Mission du patrimoine ethnologique, Mars 1982, N°2.
- COLLOQUE DE ROYAUMONT.- "Anthropologie industrielle : méthodes et principaux thèmes de recherche".- 22, 23 Janvier 1987.(interventions dactylographiées). Ministère de la Culture. Direction du Patrimoine.
- COLLOQUE DU HAVRE.- "Rencontres nationales culture et monde du travail".- 10, 11 et 12 Mai 1985.(interventions dactylographiées). Ministère de la Culture. Direction du Développement Culturel.
- GUIDE DU TOURISME TECHNIQUE.- Société Générale.- Paris, Solar; 1982.
- GUIDE DES VISITES TECHNIQUES : entreprises, musées.- Paris, Chambre de Commerce et d'Industrie;1986.
- CHAMBRE REGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE RHONE-LOIRE.- Répertoire régional du tourisme technique.- Mars 1980.

LISTE DES ANNEXES

- Annexe n° 1 : *Bref Rhône-Alpes.
Tourisme industriel à Londres.*
- Annexe n° 2 : *C.R.I.J. Lyon
Passeport Découverte - Bilan février-mars 1987.*
- Annexe n° 3 : *Réponses d'industriels au questionnaire
CCST Grenoble.*
- Annexe n° 4 : *Conditions de visites de la Centrale Nucléaire du
Bugey.*
- Annexe n° 5 : *Extrait de la Brochure C.C.I. Loire,
Des entreprises visitables.*
- Annexe n° 6 : *Visites techniques (Limousin).*
- Annexe n° 7 : *Découverte des entreprises (Meuse).*
- Annexe n° 8 : *Tourisme de la découverte économique (Lot et Garonne)*
- Annexe n° 9 : *Visites techniques (Gard).*
- Annexe n° 10 : *Grasse, Capitale des parfums.*
- Annexe n° 11 : *Parfumerie Molinard*
- Annexe n° 12 : *Cherry Rocher*
- Annexe n° 13 : *CITI Conseil*
- Annexe n° 14 : *PERIPHERIC - Extraits de l'étude pour une
politique de tourisme industriel dans la vallée
du Gier (Loire).*
- Annexe n° 15 : *Fréquentation des principales manifestations écono-
miques de Lyon.*
- Annexe n° 16 : *Fréquentation touristique de Lyon.*
- Annexe n° 17 : *Tourisme en Tricastin,
Association "Richesse du Tricastin"*
- Annexe n° 18 : *IRONBRIDGE (Grande Bretagne).*

- Annexe n° 19 : *Expérience Pilote du Creusot.*
- Annexe n° 20 : *Convention Ecomusée Nord-Dauphiné - CRATERRE*
- Annexe n° 21 : *Traduction cartographique du questionnaire
CCST Grenoble*
- Annexe n° 22 : *Domaine de la Terre (Isle d'Abeau)*
- Annexe n° 23 : *Lettre contact avec les restaurateurs*
- Annexe n° 24 : *Convention Culture - Tourisme*
- Annexe n° 25 : *Une autre France à découvrir*
- Annexe n° 26 : *Fiche questionnaire - CRCI Grenoble*
- Annexe n° 27 : *Tourisme industriel au Pays du charbon*
- Annexe n° 28 : *Presse : "Tourisme Industriel",
Colloque à Exincourt.*

LETTRE CONFIDENTIELLE HEBDOMADAIRE + BREF MINITEL + RHONE ALPES 2000

Lyon, le 15 juillet 1987

Madame, Monsieur,

Désireux de participer au développement des relations internationales entre RHONE-ALPES et la place financière de Londres, BREF RHONE-ALPES et la Société de Développement Régional du Sud-Est, avec le concours de la Barclay's Bank et MTC Voyages, vous proposent un cinquième voyage de tourisme technologique.

Ce voyage nous conduira à LONDRES

les lundi 19 octobre et mardi 20 octobre 1987

sur le thème :

"Les Rhônalpins à la rencontre de la place financière londonienne".

Nous visiterons notamment : la Barclay's Bank et sa salle de trading, les Lloyds et son superbe bâtiment, le LIFFE.

Le lendemain, nous visiterons le nouvel aéroport DOCKLAND, au coeur de la ville, unique en EUROPE, qui sera mis en service le 6 octobre 1987. (Mais vous pourrez, si vous le désirez, rentrer en France dès le mardi matin).

Dans le cadre de la mission économique de la Chambre Régionale du Commerce et d'Industrie Rhône-Alpes, nous vous proposons d'assister à un concert de l'Orchestre de LYON, organisé au Barbican. Nous pouvons vous procurer quelques places supplémentaires gratuites pour vous permettre de recevoir vos clients et amis anglais à ce concert.

Pour d'évidentes questions de réservation, nous sommes dans l'obligation de vous demander une réponse positive avant le 7 septembre 1987 (nombre de places limité).

Dans l'attente,

veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Le Directeur,



Régis NEYRET

PROGRAMME DU VOYAGE A LONDRES
LUNDI 19 et MARDI 20 OCTOBRE 1987

--0--

LUNDI 19 OCTOBRE 1987

- 6 H 45 Rendez-vous à SATOLAS INTERNATIONAL
- 7 H 25 Départ pour LONDRES
- 8 H 55 Arrivée à LONDRES HEATHROW
- 0 H 15 Visite de la BARCLAY'S BANK - panorama de l'évolution des marchés financiers et des conséquences du Big-Bang.
Les relations des industriels français installés en Angleterre avec le système bancaire londonien.
Visite de la salle de trading.
- 2 H 30 DEJEUNER
- 4 H Visite du LIFFE (marché à terme des instruments financiers de Londres)
- 5 H Visite des LLOYD'S - Présentation et visite des nouveaux bâtiments réalisés par l'architecte Richard Rogers rappelant l'architecture de Beaubourg.
- 7 H Arrivée à l'hôtel Saint-Ermins (4 étoiles) dans le quartier de Westminster, St James Park - Logement en chambre double. Possibilité réduite de chambre single avec supplément (voir bulletin de participation).
- 7 H 15 THE ANGLAIS
- 9 H 45 Concert de l'Orchestre National de Lyon au Barbican.
- 2 H SOUPER à COVENT GARDEN.

MARDI 20 OCTOBRE 1987 - Journée à option -

PETIT DEJEUNER ANGLAIS à l'hôtel

oit

- 3 H 15 Départ pour l'aéroport de LONDRES HEATHROW
- 5 H 55 Départ de LONDRES
- 7 H 25 Arrivée à LYON SATOLAS
- oit
- 5 H Visite de l'aéroport DOCKLAND, aéroport de Centre Ville pour hommes d'affaires qui sera inauguré le 6 octobre 1987. (Les vols se font sur des DASH de Haviland, avions canadiens à décollage et atterrissage courts).
- 7 H 15 Départ pour le Queen Elizabeth II Conference Center.
- 2 H DEJEUNER d'ouverture de la mission économique Rhône Alpes in London.
- 4 H 45 Ouverture de l'exposition : "RHONE ALPES IN LONDON"
- 6 H 30 Départ pour LONDRES HEATHROW
- 7 H 10 Décollage
- 7 H 40 Arrivée à LYON SATOLAS

BULLETIN DE PARTICIPATION
AUX JOURNEES DE TOURISME TECHNOLOGIQUE DE LONDRES

--oOo--

les 19 et 20 OCTOBRE 1987

à renvoyer à BREF RHONE-ALPES
EDITIONS S.M.E.
55, montée de Choulans
69323 LYON CEDEX 05

à l'attention de Gisèle MEYZENC
AVANT LE 7 SEPTEMBRE 1987 IMPERATIVEMENT

N, Prénom _____

FUNCTION _____

COMPAGNE _____

ADRESSE _____

participera ne participera pas

représenté(e) par :

accompagné(e) de :

PARTICIPATION AUX FRAIS, à joindre à la présente inscription :

3 900 F + T.V.A. 18,6 %

soit : 4 625,40 F/TTC x _____ =

PARTICIPATION CHAMBRE SINGLE 4 300 F + T.V.A. 18,6 %

soit : 5 099,80 F/TTC x _____ =

à régler, par chèque bancaire ou postal, à l'ordre de S.M.E.

Le prix comprend les frais de transport avion, car, restaurant, hôtel, collation...

JE DESIRE RETENIR PLACES SUPPLEMENTAIRES POUR LE CONCERT DU
LUNDI SOIR.

CRIJ CENTRE
REGIONAL
INFORMATION
JEUNESSE
DU LYONNAIS



FEVRIER - MARS 87

BILAN

Les deux Passeports proposés ont couvert les deux semaines de vacances scolaires, du 23 au 27 février et du 2 au 6 mars 1987, soit 10 jours d'activités.

Au total, 184 activités étaient au programme (parmi lesquelles 20 duraient la journée entière). Ces 184 activités représentaient 1 440 places, soit une moyenne de 8 places par activité : des groupes peu importants donc, et des visites de ce fait, sans doute plus intéressantes, moins scolaires à la fois pour les jeunes et pour les partenaires accueillant les participants.

71 partenaires, parmi lesquels 26 nouveaux, c'est-à-dire recevant des jeunes du Passeport pour la première fois. Ces 26 nouveaux partenaires appartiennent au monde des entreprises et de la technique (recherches et applications industrielles).

Ainsi, sur les 184 activités découvertes proposées, 50 % étaient du type visite d'entreprises, laboratoires, techniques nouvelles. Les autres découvertes concernaient Art, Artisanat, Culture, Environnement ou encore animaux.

Le Passeport a été précédé d'une campagne d'information par voie de Presse (notamment le quotidien "Lyon-Matin"), par le canal des radios locales et par des affiches envoyées dans les Collèges, Lycées, Centres Sociaux, Maisons des Jeunes et de la Culture de l'agglomération lyonnaise ou placées dans les stations de métro et les bus et les agences du CREDIT LYONNAIS.

Un élément important et pour nous déterminant en tant que Centre d'Information, est la participation de l'O.N.I.S.E.P. et de certains Conseillers d'Orientation qui ont relayé l'information : ainsi des jeunes sont-ils venus après avoir reçu l'information dans leur établissement (Collège "Clémenceau" par exemple).

160 Passeports ont été délivrés en nombre à peu près égal pour chaque semaine. Il s'agit là d'un nombre moins élevé que pour un Passeport de Pâques ou de juillet. Mais la différence avec les autres passeports ne s'arrête pas là :

. Les inscriptions se sont effectuées de manière beaucoup plus échelonnée : pas de "rush" comme en juillet et une impression que les parents ou les jeunes qui n'avaient pas de projet précis (ski par exemple) se sont faits surprendre par les vacances ! A noter également que 15 % seulement des inscrits avaient déjà fait le Passeport.

. Pour les Passeports précédents, les 12, 13 et 14 ans étaient nettement majoritaires (60 % au moins). En février, ils ne représentaient plus que 50 % des participants : ce passeport a donc été marqué par un intérêt accru des adolescents de 15 à 18 ans.

. Les garçons étaient d'habitude plus nombreux que les filles : en février, il y a équilibre entre les deux sexes (autour de 50 %). Ainsi peut-on expliquer en partie la hausse de l'âge moyen (les filles participant au Passeport étant d'une manière générale plus âgées que les garçons).

Les activités choisies reflètent bien qu'il s'agit là d'un Passeport différent de ceux de Pâques ou de juillet.

Des activités de loisirs ou sportives bien que moins nombreuses par rapport aux autres Passeports, ont été loin d'être prises d'assaut, certaines même ont du être annulées faute de participants. Escalade, peinture sur soie, astronomie même n'ont pas fait l'objet d'une demande importante.

En revanche, toutes les activités orientées vers la technique, la recherche ont été très demandées : mais ces activités étant nombreuses et variées, il n'y a presque jamais "saturation". Un choix trop vaste a même eu pour effet que le problème du maintien de l'activité s'est posé pour certaines visites, un ou deux jeunes seulement s'y étant inscrits.

Si l'on devait faire un classement des activités, celles liées à la Communication et ses techniques arrivent largement en tête (Radio, Vidéo, Son, Cinéma) suivies par celles plus axées sur la Recherche et la Technologie.

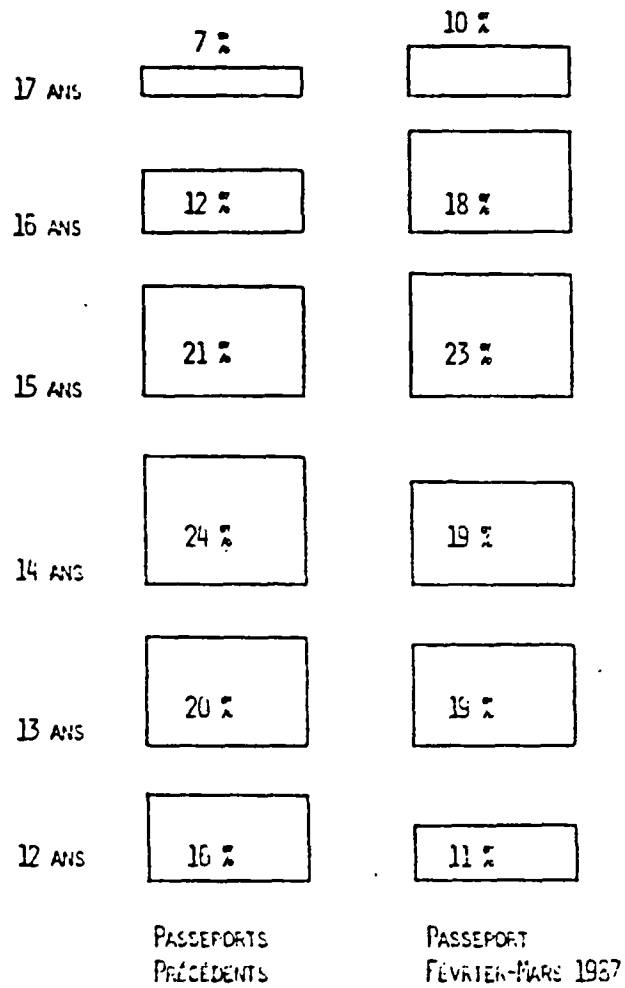
Les animaux restent une des activités-découvertes privilégiées des plus jeunes.

L'environnement, la pollution semblent moins intéresser les jeunes qu'il y a quelques années, bien que le taux de fréquentation reste de 30 % (rapport places prises / places offertes).

Le niveau scolaire des jeunes n'est pas étranger bien-sûr au choix des activités : les 4èmes et 3èmes représentent à eux seuls 50 % des inscrits, soit 1 sur 2 et les 2des, 1ères et terminales représentent 20 % des inscrits.

7 jeunes sur 10 se situent à la période charnière du choix d'une orientation ou bien veulent mieux s'informer quant aux possibilités futures dans la vie active.

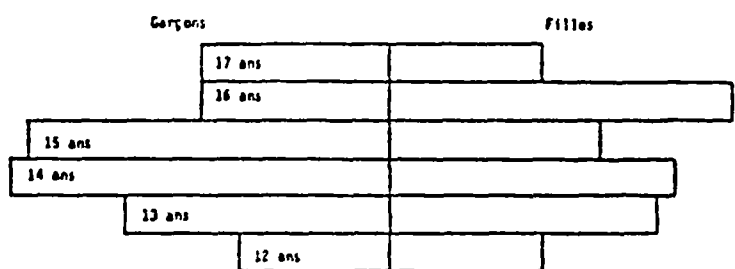
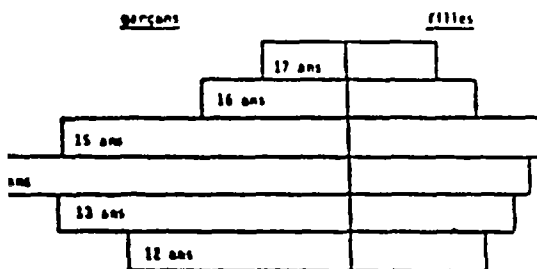
EVOLUTION DES CLASSES D'AGES



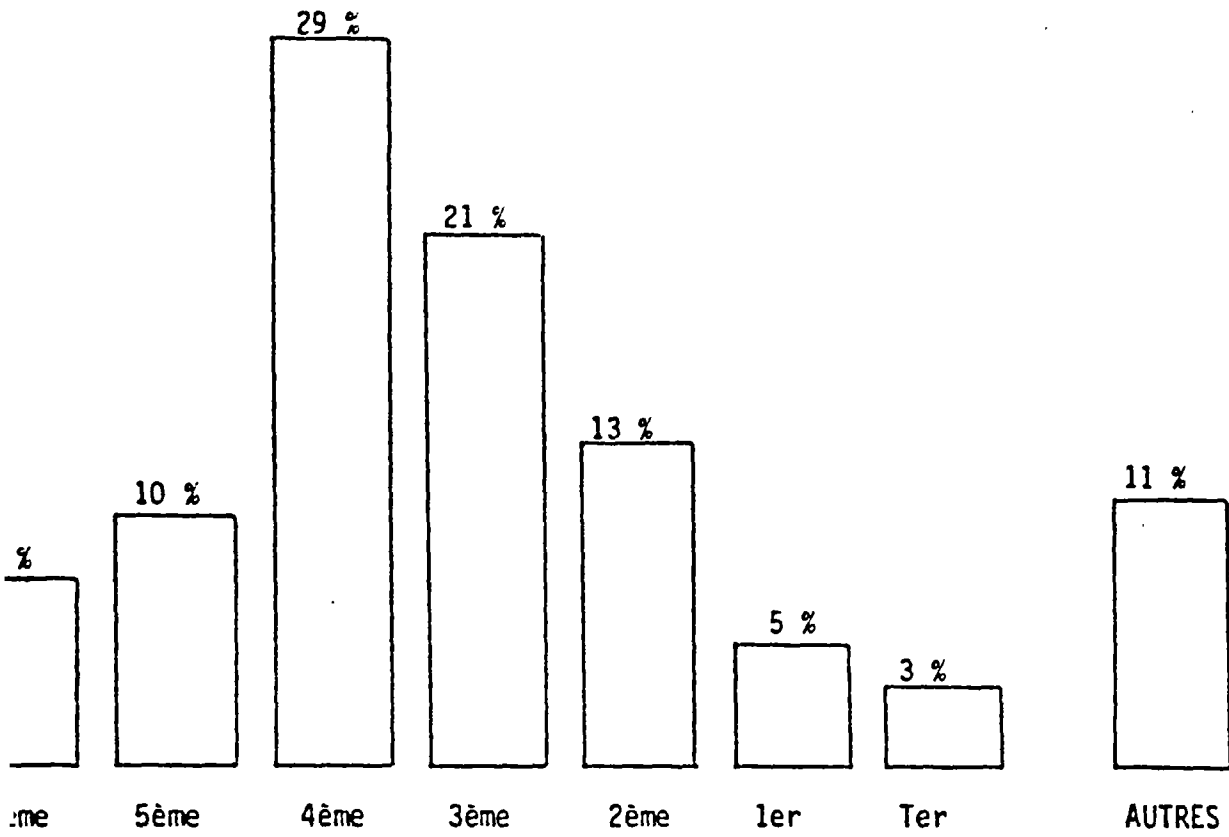
REPARTITION SELON SEXE ET AGE

PASSEPORTS PRÉCÉDENTS

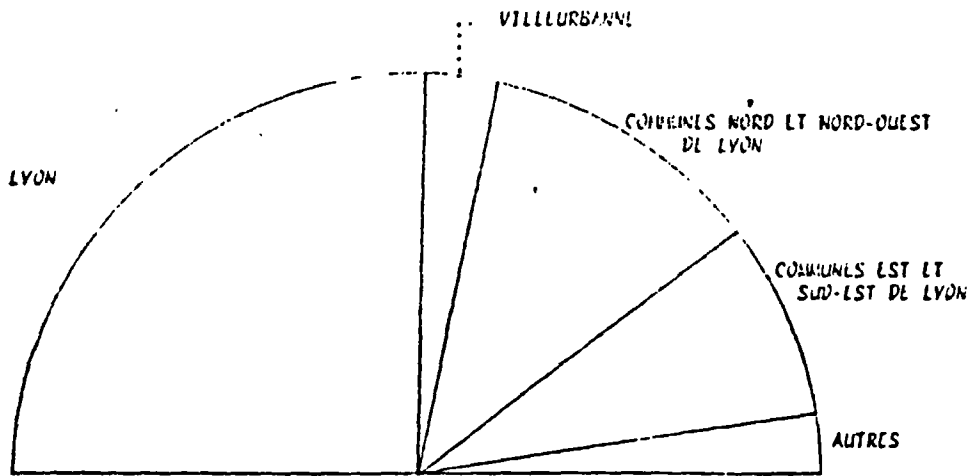
PASSEPORT FÉVRIER-MARS 1967



NIVEAUX SCOLAIRES FEVRIER-MARS 1967



ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES PARTICIPANTS





e, le 17 janvier 1966

CENTRE CULTUREL SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
A l'attention de M. Odile LANTO
La Casemate Place Saint-Laurent
38000 GRENOBLE

réf. :
JC 66 1230
réf. :
66 1031

Madame,

Je réponds à votre courrier du 14 parvies référencé en marge.

J'accepte que notre entreprise figure dans votre dépliant. Je vous communique ci-après les modalités de visite de notre établissement :

- tout public,
- visite individuelle ou en groupe,
- pas de condition ni de période de visite, prendre rendez-vous en me téléphonant personnellement au 79 09 72 24.

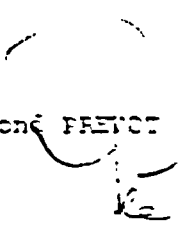
Type d'activité et productions :

- transformation de viande et gros et au détail,
- fabrication de charcuterie,
- fabrication de viandes séchées, jambons et saucissons de Savoie.

NB : Je préfère que si vous organisez des visites de notre établissement, elles soient prévues pour des gens intéressés par notre profession, techniciens, acheteurs, etc...

Veillez agréer, Madame, l'expression de mes meilleurs sentiments.

Raymond PREVOT





01350 CULOZ - FRANCE
Télex: 980437F CIAT-CULOZ
Téléphone: (79) 81.11.11 -

Madame Odile LANTZ
CENTRE CULTUREL SCIENTIFIQUE ET
TECHNIQUE
Le Caserote
Place Saint-Laurent
35000 GRENOBLE

Ref: CL/88/091 N°Ref: GA/MC 455 CULOZ le 25 JANVIER 1986

Madame,

Nous avons bien reçu votre courrier du 8 courant, qui a retenu toute notre attention.

CIAT accepte des visites, mais uniquement pour des professionnels.

Nous avons constaté en effet, que les visites au grand public, aux étudiants, aux scolaires, etc ... sont un investissement temps très important, pour des résultats quasiment nuls.

Vous trouver ci-joint la plaquette de présentation de notre entreprise, qui vous fournira tous les renseignements concernant CIAT et ses activités.

Vous en souhaitant bonne réception.

Veillez agréer, Madame, mes respectueuses salutations.

CIAT COMMUNICATION

[Signature]
G. ALLIGROS

F.C. 1



COMPAGNIE INDUSTRIELLE D'APPLICATIONS THERMIQUES
Société Anonyme régie par les articles 118 à 150 de la loi sur les sociétés commerciales. Au capital de 85 000 000 F
R.C.S. BELLEY 545-620-114 B / C.C.P. LYON 857-05 F / N° SIRENE 545-620-114-00011 / N° APE 2403

VISITE DES INSTALLATIONS D'EMBOUTEILLAGE DE LA S.A. EVIAN

C'est avec plaisir que nous recevons les groupes pour une visite gratuite de nos installations d'embouteillage. Notre usine est située à AMPHION, à mi-chemin entre EVIAN et THONON.

Il est impératif de prendre rendez-vous auprès de notre Service en téléphonant au 50.75.04.10 - poste 424 et ce le plus tôt possible lorsque vous connaissez les dates de votre séjour dans notre région.

Les visites ont lieu les :

- . Lundi à 14 h 00 ou 15 h 30
- . Mardi) à 9 h 00 ou 10 h 30
- . Jeudi) et
- . Vendredi) à 14 h 00 ou 15 h 30

A noter toutefois, que durant la saison - du 15 Juin à fin Septembre - les groupes sont reçus uniquement les :

- . Mardi à 14 h 00 ou 15 h 30
- . Jeudi à 9 h 00 ou 10 h 30.

Nous acceptons des groupes d'une cinquantaine de personnes. La visite dure environ 1 h 00 et se décompose comme suit :

- Projection d'un audio-visuel retraçant l'historique de notre Société et la vie actuelle de nos produits ;
- La visite elle-même guidée et commentée depuis une galerie vitrée surplombant les différents ateliers ;
- Une dégustation de nos produits ;
- Une remise de brochures à chaque participant avant le départ et pour les enseignants une documentation plus élaborée.

Nous restons à votre disposition pour tous renseignements complémentaires et espérons avoir le plaisir de vous accueillir.

SERVICE RELATIONS PUBLIQUES.

.../...

ELECTRICITE DE FRANCE

Direction de la Production et du Transport
Service de la Production Thermique

**CENTRE DE PRODUCTION
NUCLEAIRE DU BUGEY**

DIRECTION

B.P. 14 - 01980 Loyettes
Tél. (74) 61.04.66 - Télex 903329
Siret: 552 061 317 162 20

affaire suivie par

M.Ph. KIEFFER poste 3008

vos références : OL1861031 du 8.01.86

nos références : D.5110 - UK 31

objet: **DEMANDE DE RENSEIGNEMENT
CONCERNANT LES VISITES**

DIRECTION C.P.N.

Centre Culturel Scientifique
et Technique

La Casemate
Place Saint-Laurent

38000 GRENOBLE

A l'attention de Madame Odile LANTZ

SAINT-VULBAS.

Le

24 JAN. 86 - 051384

Madame,

Faisant suite à votre courrier référencé ci-dessus, concernant l'élaboration d'un document portant sur les possibilités de "Tourisme de la Découverte Economique et Industrielle" en région Rhône-Alpes, nous vous donnons un accord de principe pour figurer sur votre affiche-dépliant.

Vous voudrez bien trouver ci-après, les renseignements demandés :

- Visites possibles toute l'année, du lundi au samedi inclus, pour des groupes de 8 à 48 personnes, de tous publics.
- Durée de la visite : 2 heures 30 à 3 heures.
- Horaires : 9 H pour les visites du matin.
14 H pour les visites de l'après-midi.
- Réservation préalable par téléphone :
Service des Relations Publiques : 74.34.30.09.

Puis confirmation écrite obligatoire en joignant une liste nominative des participants (procédure particulière pour ressortissants étrangers).

- âge minimum requis pour les visiteurs : 10 ans révolus
- pièce d'identité officielle obligatoire pour chaque visiteur.

Nous vous joignons à toutes fins utiles un extrait de la réglementation d'accès au site, ainsi qu'une plaquette de présentation de notre établissement.

Nous restons à votre disposition pour tout renseignement complémentaire, et vous prions d'agréer, Madame, l'expression de nos sentiments distingués.

Le Chef du Service Relations Publiques.

Ph. KIEFFER

REGLEMENTATION DE L'ACCES DES VISITEURS A LA CENTRALE DU BUGEY

° - La durée prévisible d'une visite est d'environ 2 heures 30, les heures d'arrivée souhaitables sont 9 heures le matin et 14 heures l'après-midi.

° - Le nombre de participants, normalement admissible sur le site, ne devra pas être supérieur à 50. Le programme de visite comportera alors, un exposé de présentation étayé par un ou plusieurs films puis une visite d'installations suivie d'un retour en salle de réunion pour permettre aux visiteurs de formuler leurs questions.

° - Une liste des visiteurs avec noms, prénoms et adresses devra parvenir au moins 15 jours à l'avance au bureau des visites. Pour les ressortissants étrangers cette liste devra également comporter la date, le lieu de naissance, la nationalité et le numéro de passeport. Tout visiteur, qu'il soit isolé ou en groupe, doit être muni d'une pièce d'identité qu'il dépose à l'entrée. Il lui sera remis un laissez-passer provisoire qu'il fera signer à l'accompagnateur responsable de la visite. A la sortie, il remettra le laissez-passer pour reprendre sa pièce d'identité déposée à son entrée. Pour les groupes, l'organisateur présentera la liste, éventuellement ajustée des participants, accompagnée des pièces d'identité, classées dans l'ordre de la liste pour diminuer le temps du contrôle effectué par un agent du Service de la Protection du Site. Un seul laissez-passer est établi au nom de l'organisateur. Les enfants de moins de 10 ans ne peuvent être admis.

° - Les visiteurs sont tenus de se conformer aux instructions qui leur sont données par les accompagnateurs, qui ont pour but d'assurer leur sécurité dans la centrale en exploitation. La visite des installations comportant des escaliers composés de caillebotis, nous recommandons vivement le port de chaussures à semelles plates.

En entrant sur le site, les visiteurs s'interdisent tout recours de responsabilité envers ELECTRICITE DE FRANCE, pour tout accident, de quelque nature que ce soit, dont ils pourraient être victimes et renoncent à mettre en cause ELECTRICITE DE FRANCE à aucun titre directement ou indirectement.

° - ELECTRICITE DE FRANCE se réserve le droit d'interrompre ou d'annuler les visites même préalablement autorisées, lorsque des nécessités techniques ou autres exigeraient, sans qu'il puisse en résulter pour ELECTRICITE DE FRANCE, aucune responsabilité pécuniaire ou autre et sans qu'ELECTRICITE DE FRANCE, soit tenue de justifier de ses décisions.

° - En cas de retard, prière de le signaler par téléphone au Service "Relations-Publics" (74) 34.30.09. Selon l'heure d'arrivée sur le site, la durée de la visite peut être réduite ou éventuellement annulée.

° - Les visites sont, bien entendu, gratuites, mais E.D.F. ne prend en charge le transport jusqu'à la centrale, ni les services de restauration.

Le courrier concernant les visites est à adresser à :

ELECTRICITE DE FRANCE
C.P.N. BUGEY

Bureau des Visites
Service des Relations Publiques
B.P. 14 - 01980 LOYETTES

Tél. : (74) 34.30.09.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE SAINT-ETIENNE - MONTBRISON

36, rue de la Résistance 42071 SAINT ETIENNE (CEDEX) Tel. : 77.32.76.41.

TOURISME INDUSTRIEL

ANNEXE 5

JANVIER 1987

TEXTILE

| ENTREPRISE | ACTIVITE ET RESPONSABLES DES VESTES | NOMBRE DE VESTES PAR AN | NOMBRE DE VESTES MAXIMUM | DUREE DES VESTES | DELAI DE PREVISION | ACHATS | OBSERVATIONS |
|---|---|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|--------|---|
| A. DALAY S.A.R.L. Maclas 42410 PELUSSIN Tél. : 74.87.38.01. | Tissage de tils et fibres artificielles, synthétiques et naturelles M. POMIOW | 200 | 10 | 10 | 1 semaine | NON | Accompagnateurs pour surveillance des enfants. |
| EIS J. VERT ET RENOUAT Chemin du Vieux St Just 42170 SAINT-JUST SAINT-RAMBERT Tél. : 77.55.38.65. | Tissage de ruban M. Georges RENOUAT | 200 | 10 en 2 groupes de 15 | 10 | 15 jours | OUI | Période à éviter du 1/10 au 31/03 et du 15/12 au 31/12 |
| RATTI FRANCE Bd J. Cugnot 42160 ANDREZIEUX Tél. : 77.36.56.53. | Teinture et impression sur soie M. FARISSIER | 10 | 20 | 10 | 4 jours | OUI | |
| EIS SAMUEL ROCHE J, rue de la Corre 42100 SAINT-ETIENNE Tél. : 77.57.24.55. | Tissage de rubans et sangles M. Christian ROCHE | 4 à 5 | 8 | 10 | 15 jours | NON | |

METALLURGIE

| ENTREPRISE | ACTIVITE ET RESPONSABLES DES VISITES | NOMBRE DE VISITES PAR AN | NOMBRE DE VISITES MAXIMUM | DUREE DES VISITES | DELAI DE PREVISION | ACHATS | OBSERVATIONS |
|--|--|-----------------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------|--------|--|
| <p>✓ C.L.E.C.I.M. 11, route de Feurs B.P. 99 42602 MONTBRISON Tél. : 77.58.02.59.</p> | <p>Construction de pièces d'équipement Mécanique lourde M. MEYER</p> | 5 ou 6 | 20 à 25 | 1 h | 1 mois | NON | Visite convenant à des personnes interçues par la mécanique, assez peu spectaculaire sans doute pour des personnes non concernées. |
| <p>✓ S.A. FORGES DE LA BECQUE Z.I. 42160 SAINT-CYRILIN Tél. : 77.55.01.68.</p> | <p>Forge et estampage M. Jean Pierre FORCOUT</p> | 5 ou 6 | 30 | 2 h | 1 mois | NON | |
| <p>FORGES STEPHANOISES Département SAM LAURAVIA 11, rue Barrouin 42000 SAINT-ETIENNE Tél. : 77.74.91.53.</p> | <p>Outils à la main M. Robert ROUHE</p> | 2 par mois pour les clients | 12 à 15 | 1 h 1/2 | 1 mois | NON | En plus des visites d'école |
| <p>ANDRE LAURENT Z.I. de Bayon 42150 LA RICAMARIE Tél. : 77.57.48.40.</p> | <p>Boulonnerie M. Vincent CHOUSSON</p> | 12 | 6 | 1 h | 15 jours | NON | |

VISITES TECHNIQUES

métiers d'art et artisanat en Limousin

UN D'ART

Atelier de Collonges-la-Rouge : 10, Meymac, tél. 55.55.65; 10 personnes maximum; du 15 mars au novembre sauf juillet et août; prévenir 8 jours à l'avance; empaillage d'art avec boîte d'initiation, galerie

d'exposition, visite de l'émaillerie. Durée : de 1 à 4 heures.

M. Dubois (Emailleur) et M. Dubois (Tisserand) : Le Monteil, 87200 Saint-Junien, tél. 55.52.41.82; 15 personnes maximum; ouvert toute l'année; prévenir 5 jours à l'avance; fabrication d'émaux et travail de tisserand

« **Le Masque d'argile** » : M. Manoury, Gimel les Cascades, 19800 Correzet; 20 personnes maximum; de Pâques à Toussaint; prévenir 8 jours à

l'avance; démonstration de la fabrication d'émaux sur cuivre et de céramique à la plaque; durée : 30 minutes

M. Vincent Picaud : 25, rue Elie-Berthet, 87000 Limoges; tél. 55.34.35.47; adultes seulement; 10 personnes maximum; ouvert toute l'année du lundi après-midi au samedi; prévenir 48 heures à l'avance; visite théorique

M. Jean-Luc Soulat : 6, rue Emile-Zola, 87200 Saint-

Junien; tél. 55.02.40.07; ouvert toute l'année; prévenir 2 jours à l'avance; explication du métier et démonstration des travaux en cours; résumé technique.

Atelier Veishrot : M. Veishrot; 19, rue des Tanneries, 87000 Limoges; tél. 55.34.34.95; 12 personnes maximum; toute l'année; prévenir 5 jours à l'avance; voyage du Moyen Age aux émaux actuels.

CELAIÈNE

Atelier de Limoges : Feuillade : 21 du Pontcau, 0 Feynat, tél. 55.30.06.57; toute l'année sauf dimanches; prévenir 2 jours à l'avance; atelier de décoration

tél. 55.69.70.18; 50 personnes maximum; toute l'année; prévenir 8 jours à l'avance; décor à la main sur porcelaine

Fontanille et Marraud : M. Marraud; 20, rue de la Reforme, 87000 Limoges; tél. 55.77.26.69; toute l'année sauf août; prévenir 4 jours à l'avance; fabrication, décoration

Freyry, Maison de la Porcelaine : M. Freyry; 14, avenue du Président-Wilson, 87700

Aixe-sur-Vienne; tél. 55.70.14.68; adultes et enfants de plus de 15 ans; toute l'année du lundi au samedi; prévenir 4 jours à l'avance; fabrication, décoration, vente

Lanternier et C. : M. Delaguc ou M. Picher; 29, rue Donzelot, 87000 Limoges; tél. 55.33.27.37; toute l'année, sauf août et les vendredis, samedis et dimanches; prévenir 8 jours à l'avance; fabrication et décoration de la porcelaine

Limoges-Castel : route de Toulouse, 87100 Limoges; tél. 55.30.21.86; toute l'année, sauf le dimanche; de Pâques à octobre, tous les jours; film, vidéo et démonstration, vente

Porcelaines Carpenet : route de Buralut, 87400 Saint-Leonard-de-Noblat; tél. 55.56.02.39; toute l'année, sauf dimanche et sauf samedi et dimanche hors saison; prévenir 1 semaine à l'avance; atelier de fabrication, vente

TOISSERIES ET TAPISSERIES

Andraud : M. Andraud; place M.-Dayras, 23200 Aubusson; tél. 55.66.18.08; 20 personnes maximum; toute l'année sauf les dimanches et août; exposition des diverses créations réalisées à Aubusson; tapisseries, reproductions anciens, tapisseries contemporaines, petits sujets, tapis; démonstration

55.66.10.12; 25 à 30 personnes maximum; tous les jours sauf samedis et dimanches de 8 heures à 12 heures et de 14 heures à 18 heures toute l'année; prévenir 5 jours à l'avance; visite de l'exposition de tapis et de tapisseries avec démonstration de tissage d'une demi-heure environ

Fougerol Maxime, Aux Manufactures d'Aubusson : M. Fougerol; 63, rue J.-Sandeau, 23200 Aubusson; tél. 55.66.15.64; 10 personnes maximum, adultes; toute l'année de 9 heures à 11 h 30 et de 14 heures à 17 h 30 sur demande; prévenir 3 jours à l'avance; galerie de démonstration moderne, galerie de tapisseries anciennes, galerie de

cadres et de style fabrication actuels

Atelier Hecquet : M. Hecquet; 3, rue Saint-Jean, 23200 Aubusson; tél. 55.56.10.08; 25 personnes maximum, adultes; toute l'année sauf en août, de 9 heures à 11 h 30 et de 14 heures à 16 h 30 sur demande; prévenir 1 semaine à l'avance; visite d'une heure; savonnerie, tapisserie, restauration

Atelier Legoueix : M. Legoueix; 24, rue Château-Favier, 23200 Aubusson; tél. 55.60.17.51; 50 personnes maximum; toute l'année; prévenir 8 jours à l'avance; atelier-exposition-vente avec métiers de démonstration

Atelier Picaud : M. Picaud; 18, avenue de la République, 23200 Aubusson; tél. 55.66.18.99; 40 personnes maximum; toute l'année sauf novembre, janvier, février; de 10 heures à 12 h 30 et de 15 heures à 19 h 30 sur demande; prévenir quelques jours à l'avance; galerie, de tapisserie et tapis

Sallandrouze Guy : rue Saint-Jean, 23200 Aubusson; tél. 55.66.10.01; 20 personnes maximum; toute l'année sauf dimanche et en août, de 7 heures à 12 heures et de 14 heures à 17 heures sur demande; prévenir 8 jours à l'avance; visite de 30 minutes; manufacture tapisserie points noués

Junie et C. : M. Branle; avenue de la République, 23200 Aubusson; tél.

PÊNI TERIE

Atelier Cheze : M. Cheze : route de Clermont, gare de Corrèze. Saint-Priest-de-Gimel. 19800 Corrèze; tél. 55.21.31.67; 10 personnes maximum; toute l'année sauf août, sur rendez-vous; atelier de fabrication, marqueterie et travaux d'Art. vente; durée : 1 heure.

M. Gambarini : Combe de la Barge, route de Sainte-Féréole, 19360 Malemort; tél. 55.74.39.19; 15 personnes maximum; toute l'année sauf du 15 juillet au 15 août; prévenir 8 jours à l'avance; fabrication de meubles, visite d'atelier et d'exposition; durée : 15 minutes.

M. Sauthon : Zone industrielle, 23000 Guéret; tél. 55.52.47.10; 15 personnes maximum (adultes); toute l'année les mardis, jeudis et vendredis sur demande; prévenir 1 mois à l'avance; fabrication de meubles d'enfants.

BRIQUE ACCORDÉONS

Accordéons de France Maun : M. Lachèze : ZAC de Blatet, 19100 Tulle; tél. 20.08.89; 15 personnes maximum; toute l'année du

lundi au vendredi, sauf août; prévenir 2 jours à l'avance; visite des ateliers; durée : 1 h 30.

FERRONNERIE

M. Peyramaure : Combort, Beyssac, 19230 Arnac-Pompadour; tél. 55.73.34.50; toute

l'année; exposition de ferronnerie d'art à l'ancienne; Durée : 1 heure.

JETS EN BOIS GALBÉS

Bogo : 19320 Clergoux; tél. 55.27.87.88; 20 personnes maximum; du 1^{er} janvier au 15 juillet et du 15 au 30 août, lundi au vendredi; prévenir

8 jours à l'avance; description des matériaux utilisés et processus de fabrication des produits; durée : 45 minutes.

LUTHERIE

Atelier Airelle : 87260 Saint-Bonnet-Briance; tél. 55.75.58.97; 15 personnes maxi-

mum; prévenir 10 jours à l'avance; visite atelier de construction.

POTERIE D'ART RAMIQUÈRE

Atelier Montoriol : M^{me} Montoriol : Le Vieux-Château, 87260

Vicq-sur-Breuilh; tél. 55.00.91.77; adultes seulement; 15 personnes maximum; toute l'année; prévenir 8 jours à l'avance; fabrication du grès d'art depuis la cuisson jusqu'à la décoration

Poterie d'art régional : 19500 Meyssac; tél. 55.25.30.76;

50 personnes maximum; toute l'année, sauf le lundi; sur rendez-vous; démonstration de tournage à la main, fabrication et décoration manuelle; durée : 1 heure

M^{me} Erhart Sylvie et M. Berrier : Ecole de Moussanas, 87130 Châteauneuf-la-Forêt;

tél. 55.69.36.15; 30 personnes maximum; ouvert toute l'année (sauf samedi et dimanche pour les visites) de 10 heures à 12 h 30 et de 14 heures à 19 h 30; prévenir 4 jours à l'avance; fabrication d'une pièce et visite d'une exposition de peinture et de poterie.

VITRAUX

Atelier Vitarius : Le Bourg, 19410 Orgnac-sur-Vézère; tél. 55.98.96.96; 15 à 20 personnes; toute l'année sauf le dimanche, prévenir 8 jours à l'avance; fabrication de vitraux anciens et modernes; durée : de 1 h 30 à 2 heures

M. Decomble André : 15, rue du Canal, 87000 Limoges; tél. 55.34.65.64; ouvert toute l'année; par groupe de 20 personnes, prévenir 2 jours à l'avance; fabrication de vitraux; exposition de porcelaine tournée, sculpture, émail

champlevé; possibilité de rencontrer un émailleur.

agriculture

**Coopérative Corrèzienne d'In-
troduction artificielle de l'amé-
lioration de l'élevage :** le Foin-
1, 19460 Naves; tél. 55.26.54.08; 50 personnes maxi-
mum; toute l'année; prévenir 8
jours à l'avance; visite de 1
heure; productions anima-
les; amélioration génétique,
zootechnologie de la reproduction,
durée de 1 à 3 heures.

**Atelier agricole et horticole de
Voutezac :** Voutezac, 19130
Voutezac; tél. 55.25.82.31; 50 per-
sonnes maximum; période sco-

**Lycée d'enseignement profes-
sionnel agricole :** 19460 Naves;
tél. 55.26.64.56 ou 55.26.
62.57; 12 personnes maximum;
prévenir 15 jours à 1 mois à
l'avance; durée : 1 h 30 à
2 heures; présentation d'une
technique d'élevage, résultats
économiques.

**Formation Professionnelle
Adultes :** CFPPA de Tulle,
19150 Cornil; tél. 55.27.20.41;
50 personnes maximum; toute
l'année sauf août; durée : de
2 à 4 heures; atelier, salle
informatique, information sur
la formation professionnelle
agricole.

Plantes du Limousin : M. Mai-
son Jean, 19390 Saint-Augus-
tin; tél. 55.21.29.28 ou
55.21.26.07; toute l'année;
prévenir 10 jours à l'avance;
durée : 1 heure; production de
plantes médicinales et aromati-
ques, cultures, séchoirs, pré-

sentation du travail, dégusta-
tion d'infusion.

Possibilité de visiter des exploi-
tations (élevages ovins, bovins,
etc., primeurs, exploitations
forestières). **Renseignements :**
Chambre d'Agriculture de la
Corrèze, B.P. 190, 19005 Tulle
Cedex; tél. 55.20.24.54.

**Lanaud, station nationale de
qualification :** Boisseuil, 87220
Feytiat; tél. 55.71.12.74; toute
l'année; prévenir 2 semaines à
l'avance; organisation de la
station et présentation du
schéma de sélection de la race
limousine, Bovins.

FICHE D'INFORMATION :

**ROUTE TOURISTIQUE DE LA
PORCELAINES EN LIMOUSIN**

FOUR DES CASSEAUX :

Point de départ de la Route Touristique de la Porcelaine.
4 étapes dont l'ouverture est prévue à Pâques 1988.

- 1 - Un moulin à pâte à porcelaine au bord de la rivière
La Briance.
Visite du moulin.
Explication des techniques employées dans ce moulin - Vidéo.
- 2 - Ancienne fabrique de COUSSAC BONNEVAL.
Présentation des moules à porcelaine, vieux de 150 ans.
Présentation vidéo de la technique d'"estampage", technique
du XIXe siècle.
- 3 - Carrières de MARCOGNAC.
Lieu le plus célèbre de l'extraction du kaolin (matière
première de la porcelaine) en Limousin.
Ancien village des exploitants de la carrière :
 - ancienne forge
 - ancienne écurie
 - séchoir de 1776
 - bureau du contremaitre, etc...Site exceptionnel en plein air.
- 4 - "Musée des Palloux".
A l'emplacement d'un ancien moulin, au bord d'un étang et
à proximité de ST YRIEIX LA PERCHE (madeleine au chocolat
de ST YRIEIX...)
Visite du musée.
Vidéo sur les techniques de décor.
Vente de porcelaine.

(Photo : Four de la Fabrique des Casseaux (construit en 1884),
classé Monument Historique en 1987, futur point de rencontre
d'information sur la porcelaine).

Un certain nombre de petites ou moyennes entreprises sont à votre disposition pour vous faire découvrir leur établissement et leur production.

LES MINOTERIES

Monsieur Serre vous présentera son moulin à eau situé à Nubécourt, où il transforme son blé en farine : visites pour groupes sur rendez-vous pris une semaine à l'avance. Tél. 29.70.71.62

LES MOULINS DE SAINT MAURICE

Moulin reconstruit aux environs de 1920-1950 Monsieur Fontaine vous fera découvrir la minoterie et son développement technologique. Il vous expliquera la transformation du blé (98 % d'origine meusienne), en farine puis en pain. Informations sur les qualités nutritives du pain et la nécessité d'en consommer dans notre alimentation journalière. Visites pour groupes sur rendez-vous. Tél. 29.89.34.01.

LES EXPLOITATIONS AGRICOLES

Monsieur Rivière élève des chèvres à Houde-laincourt et produit des fromages. Il vous renseignera sur la fabrication de ceux-ci. Présentation de volailles et du plumage (abattoir). Visites sur rendez-vous. Tél. 29.89.72.62.

S. A. FERME DE RUMONT

Sur rendez-vous au mois de mai, elle vous ouvrira ses portes à Petit Rumont pour vous informer sur la culture du blé et de l'orge. Renseignements sur la structure de la terre, les engrais chimiques et l'élevage bovin, la production laitière et ses problèmes. Visites pour groupes. Tél. 29.75.01.01.

LA PIERRE

Rocamat Carrière : exploitation de carrières (extraction du bloc). Des informations vous seront données sur la taillerie et la transformation de la pierre. Visites pour groupes sur rendez-vous avec Monsieur Letoffé. Tél. 29.70.81.80.

ABAT-JOURS EN VESSIES DE PORCS

Etablissements Silbea : présentation du mode de fabrication (vessies brutes, tannage et finition : découpe et montage). Salle d'exposition-vente. Visites pour groupes sur rendez-vous - 2, rue Fernand Léqué - 55240 Bouligny village - Tél. 29.87.97.27.

EBENISTERIE - MENUISERIE

«Au mobilier de style» fabrication de meubles lorrains. Informations sur la transformation du bois acheté à la scierie, passée au séchoir et au débit. Travail du bois sur différentes machines et montage du meuble (sculptures) et finition (teinte). Visites pour groupes maximum 15 personnes, tous les jours sauf week-end - Tél. 29.89.40.23 à Vaucouleurs.

SARL MENUISERIE COLIN

Est spécialisée dans la fabrication de «fermeture» (menuiserie extérieure hors standard, escaliers), des informations sur l'acheminement du bois dans l'atelier ainsi que le fonctionnement des machines vous y seront communiquées. Visites pour groupes sur rendez-vous - Tél. 29.87.41.56 - Clermont-en-Argonne.

JEUX DE SOCIÉTÉ

Jeux de société (unique en France) : fabricant de jeux de société («Solitaire» sur guéridon) assimilant bois, pierres précieuses et semi-précieuses. Démonstration du travail de la pierre et du bon assemblage de pendules en bénitier (coquillage). Possibilité d'organiser des stages. Logement chez l'habitant. Renseignements chez Monsieur Vinot. Ouvert toute l'année et durant les week-ends. Prévenir 3 semaines à l'avance. Contacter Monsieur Raymond Vinot Horville-en-Ornois - 55130 Gondrecourt-le-Château - Tél. 29.89.72.46

MATERIEL D'ILLUMINATION

Leblanc Illumination : cette entreprise présente aux groupes de 20 à 25 personnes et sur rendez-vous durant les mois d'octobre novembre, le montage de matériel d'illumination (unique en France) montage des fils, douilles, cablage, motifs en alliage d'aluminium, modèles déposés. Salle d'exposition. Visites pour groupes sur rendez-vous à Nançois-sur-Ornain - Tél. 29.78.80.04 excepté en week-end.

BISCUITERIE VILMAIN

BAR LE DUC : rue du Lieutenant Vasseur 55000 BAR LE DUC - Tél. 29 76 34 62
Une visite durant laquelle vous pourrez goûter ce dont vous avez envie et poser toutes les questions qui vous viennent à l'esprit. Visite du laboratoire (préparation des pâtes); explications sur le fonctionnement du Four qui mesure 52 m (cuisson des meringues, génoises, macarons, etc...) et sur les machines «renrobeuse» et de conditionnement. Démonstration et même participation pour les personnes les plus intéressées. Durée de la visite environ 1/2 h, sur rendez-vous pris à l'avance, tous les jours excepté le week-end.

OBER S.A.

LONGEVILLE EN BARROIS

55000 BAR LE DUC - B.P. 2 Tél. 29 79 14 12
- Premier trancheur de chênes européen
- Leader mondial dans la fabrication de panneaux décoratifs en bois stratifié.
- Visites pour groupes sur rendez-vous, de préférence le mercredi ou le jeudi.

CARROSSERIE INDUSTRIELLE

la société C.I.L. premier constructeur français de Fours pour le traitement des pailles à l'Ammoniac, sera heureuse de vous accueillir sur simple appel téléphonique dans son atelier de fabrication de 14 h à 16 h du lundi au vendredi. Pour tout renseignement et rendez-vous contacter : Monsieur Lambert Route de Verdun - lieu dit «La Porte Haute» 55150 Damvillers - Tél. 29.85.55.65.

COOPÉRATIVE FRUITIERE ET LÉGUMIERE

Coopérative de Billy - sous - les - Côtes, une vitrine commerciale vous propose les productions issues de sa région : les fruits (mirabelle, quetsche, cerise, pomme, poire, pêche...), les légumes saisonniers, les eaux de vie des Côtes de Meuse (voir spécialités). Une visite à la coopérative est possible pour des groupes et sur rendez-vous pris au moins une semaine à l'avance. Tél. 29.89.32.24 ou 29.89.38.57

MADELCO

BAR LE DUC : rue du Lieutenant Vasseur 55000 BAR LE DUC - Tél. 29 79 07 71

Depuis mars 1986, la célèbre marque de madeleines de Commercy «La Cloche d'Or» propose dans l'enceinte de son usine barroise de découvrir ses moyens de fabrication ultra-modernes; ceux-ci respectant toutefois une tradition vieille de plus de 2 siècles (1760).

2 tonnes de madeleines (pur beurre ou graisse végétale) sont ainsi fabriquées par jour, Madelco est toujours heureuse d'accueillir les visiteurs curieux de connaître la fabrication de ses produits.
- visites sur rendez-vous pris environ 2 semaines à l'avance, de préférence du mardi au jeudi inclus.

LA LAINE

Ets Bergère de France : cette filature créée en 1946 par Monsieur R. Petit négocie actuellement par correspondance 95 % de sa fabrication. Sa place dans l'économie française est au 3ème rang, représentant 15 % de la consommation nationale. Les visites pour groupes se déroulent dans l'ordre de transformation de la matière et des fils et se poursuivent par des informations et des explications sur le service d'expéditions des colis. Visites possibles du lundi au vendredi, de 8 h à 10 h et de 14 h à 16 h (demande écrite pour groupes). Tél. 29.79.01.01, 91, rue Ernest Bradfer 55000 Bar-le-Duc.

LES DRAGÉES

Ets Braquier à Verdun : la fabrication des différentes sortes de dragées vous sera commentée (voir spécialités) sur rendez-vous pour groupes. Visites tous les matins à 9 h 30. Tél. 29.84.30.00.



Sur demande, le Comité Départemental du Tourisme, vous adressera 8 circuits «à la découverte du Terroir Meusien».

TOURISME DE DECOUVERTE ECONOMIQUE

Le tourisme dans une région, ce n'est pas seulement l'architecture, la gastronomie, les loisirs, c'est aussi la connaissance de son tissu économique.

Les visites que nous vous proposons ont lieu toute l'année ; les groupes sont reçus uniquement sur rendez-vous. Chaque visite peut accueillir une cinquantaine de personnes. Elle sont gratuites, se déroulent en 1 heure et se terminent par une dégustation gratuite. Elles peuvent être selon les producteurs, effectuées en anglais ou espagnol.

CAVE ET CHAIS : Armagnac, Floc de Gascogne

Domaine de Cazeaux - M. KAUFFER - Lannes - 47170 MEZIN
Tel : 53.65.73.03 - Visite des chais et de la distillerie

Château de Poudenas - M. DE NADAILLAC - 47170 POUDENAS
Tel : 53.65.78.86 - Visite du Château (payant) et chais

Côtes du Marmandais

Cave Coopérative de Cocumont - 47250 BOUGLON - 53.94.50.21
Télex 550 846 - Visite des Chais

Côtes de Buzet

Les Vignerons Réunis des Côtes de Buzet - 47160 BUZET S/BAISE
Tel : 53.84.74.30 - Visite des Chais de Vieillissement

Côtes de Duras

Cave Coopérative de Duras - 47120 DURAS - Tel : 53.83.71.12
Visite des Chais

Château La Grave Bechade - Domaine de Grave - Baleyssagues
47120 DURAS - Tel : 53.83.70.06 - Visite des Chais

Vins du Star

Les Vignerons de Thézac Perricard - BP 3 - 47370 TOURNON
Tel : 53.72.76 - Visite du Vignoble

CONSERVERIE ARTISANALE : Foie gras, confits, plats cuisinés
Conserves artisanales - Daniel REGAUD - "La Ferme"
47200 MARMANDE - Tel : 53.94.20.48

PRUNEAUX : Pruneaux fourrés, vieille prune, fruits à l'alcool
Domaine de Gabach - M. MARTINET - 47320 LAFFITE S/LOT
Tel : 53.84.00.69 - Film documentaire transformation prune

FRUITS SECS ET PRUNEAUX : PHINE S.A. - Z.A Granges de l'Espagnol - 47260 CASTELMORON - Tel : 53.84.80.80. Transformation et conservation.

CONFISERIE - PRUNEAUX : Etablissement CABAN - "La Plaine"
47520 LE PASSAGE D'AGEN - Tel : 53.96.28.46 - Visite de l'entreprise.

ECONOMIE AGRICOLE : Exploitation de Kiwi - M. SANZ - "Au bret"
47130 PORT SAINTE MARIE - Tel : 53.87.21.42 - Visite de l'exploitation et de la Distillerie.

Visites techniques

ANNEXE 9

| CALITE ZONE | CONTACT ADRESSE | TEL | DESCRIPTION | OUVERTURE | PRIX INDIVIDUELS | PRIX GROUPES | VISITES GUIDEES | DUREE DE LA VISITE |
|-------------------------------------|--|----------------------------|---|--|---------------------|-----------------|---|-----------------------|
| LITTORAL PROCHE LITTORAL | | | | | | | | |
| LE GRAU-DU-ROI | | | | | | | | |
| | Société coopérative des Marins Pêcheurs Quai Christian Gozioso Nouveau Port de Pêche 30240 LE GRAU-DU-ROI | 66 51 40 86 | Vente de boissons aux professionnels | Du lundi au vendredi à partir de 16 h 30 sur R.D.V. | Gratuit | | | |
| AGUES-MORTES | | | | | | | | |
| | Domaines viticoles Sains du Ma Domaine de Jarras Mme Annie Daumas 30220 AGUES-MORTES | 66 53 63 65 | Viste production des vins de Lister. Chais de vinification toutes catégories. Salle de pressurage, réception vendange avec les dernières techniques modernes, salle du vieux pressoir du XVIII ^e siècle. | De Pâques au 11/10 tous les jours Du 01/10 à Pâques ouvert du lundi au samedi 11 h 30 | Gratuit | | OUI + visite en G.E. Dégustation. | 30/45 mn |
| | Compagnie des Sains du Ma et des Sains de l'Est M. Pradeval Exploitation saumière 30220 AGUES-MORTES | 66 53 82 88 poste 317 | Viste commentée du marais saumâtre avec le cad du groupe. Un seul accès admis par visite. Pour les particuliers, visite organisée par les C.T. du Grau-du-Roi et Agues-Mortes. | 02/05 - 29/06 Du lundi au vendredi (sauf jours fériés), Sur R.D.V. uniquement. | | Gratuit | OUI | 2 h 15 |
| MORTES DE LA CAMARGUE | | | | | | | | |
| | Source Perrier 30340 VERGÈZE M. COLLETTA | 66 84 60 27 66 87 62 00 | Eau minérale gazeuse Perrier. Viste verrerie et embouteillage. Aubisque. Dégustation. | Jours ouvrables 9 h - 10 h 00 - 13 h 30 - 14 h 30 - 15 h 30 01/06 - 30/09 idem + 17 h | Gratuit | Gratuit | OUI arriver pour toutes visites 10 mn avant | 1 h |
| | SICA FRIEDOC Zone industrielle 30600 VALVERT | 66 88 24 98 | | | | | | |
| REGION DE NIMES | | | | | | | | |
| | Compagnie Nationale du BAS-RHONE LANGUEDOC BP 4001 30001 NIMES Cédex | 66 87 50 00 | Sté au se consacrer sur 300 000 ha à la création d'un réseau d'irrigation. Viste des travaux hydrauliques. | Sur R.D.V. | | | | |

| LOCALITE ZONE | CONTACT ADRESSE | TEL. | DESCRIPTION | OUVERTURE | PRIX INDIVIDUELS | PRIX GROUPE | VISITES GUIDEES | DUREE DE LA VISITE |
|-----------------------------|---|----------------------------|---|--|---|-----------------------------------|--------------------|-----------------------|
| VALLEE DU RHONE | | | | | | | | |
| BAGNOLS-SUR-CEZE | | | | | | | | |
| | Ets COGEMA DE MARCOULE M. MANFREDI BP 170 30205 BAGNOLS- SUR-CEZE | 66.79.51.51 66.79.51.54 | Le Belvédère comprend des panneaux d'exposition consa- crés aux principes et applica- tion des sciences et techni- ques nucléaires, aux problè- mes de l'énergie et aux activi- tés de l'Etablissement. | | Gratuit | Gratuit | NON | |
| BASSES CEVENNES | | | | | | | | |
| ST-HIPPOLYTE-DU-FORT | | | | | | | | |
| | SICA SOIE CEVENNES (Voir Musée) | | | | | | | |
| CEVENNES | | | | | | | | |
| CONCOULES - GENOLHAC | | | | | | | | |
| | La Cézaren- que - Centre d'Acce par le Travail CONCOULES 30450 GENOLHAC | 66.61.10.52 | Visites guidées des ateliers agro-alimentaires et des éle- vages le matin ; possibilité de repas sur place et d'animation l'après-midi. | Du lundi au ven- dredi | | Repas 47 / 65 F Scolaires 25 F | Gratuites | 1 h 1/2 jour |
| MOLIERES CAVAILLAC | | | | | | | | |
| | La Maison des Magnans Agr BUFFALO Alic LAPORTE 30420 MOLIERES CAVAILLAC | 67.81.05.06 | Sériciculture avec culture des mûriers, élevage des vers à soie, récolte des cocons, fila- ture, moulage, teinture, vente de fils | Du lundi au vendredi 10 h - 15 h Groupes sur R.D.V. | Adultes 15 F Enfants 10 F A partir de 5 ans | 10 F | | |

GRASSE



Service municipale des papiers

ASSOCIATION DE FRANCE



base,
 capitale mondiale des parfums
 la capitale mondiale des parfums
 die Parfümstadt
 die Parfümstadt

ouvrir la campagne environnante
 les fines essences de fleurs qui, de
 siècles, prêtent leurs senteurs
 parfums célèbres dans le monde

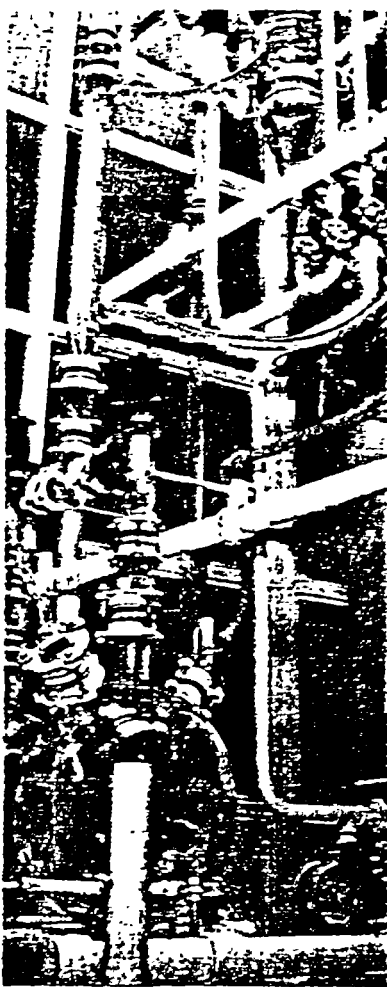
the surrounding countryside and
 over the finest flower essences,
 for centuries, have been contri-
 buting their scents to the most famous
 perfumes in the world.

Stadt der Parfümerie. Entdecken
 in der nächsten Umgebung die
 bewundernswürdigen Blumenfelder
 Düfte wie seit Jahrhunderten in
 den berühmten Parfums der ganzen
 Welt wiederfinden.

visitant les parfumeries, vous vous
 familiariserez aux techniques anciennes
 et modernes des grands créateurs. et
 vous pouvez y procurer les souvenirs
 que vous êtes venus chercher.

the perfumeries and you will be
 fascinated by the age-old and modern
 techniques, and by the skill of great
 creators. Then you will be able to buy
 souvenirs that you have come for.

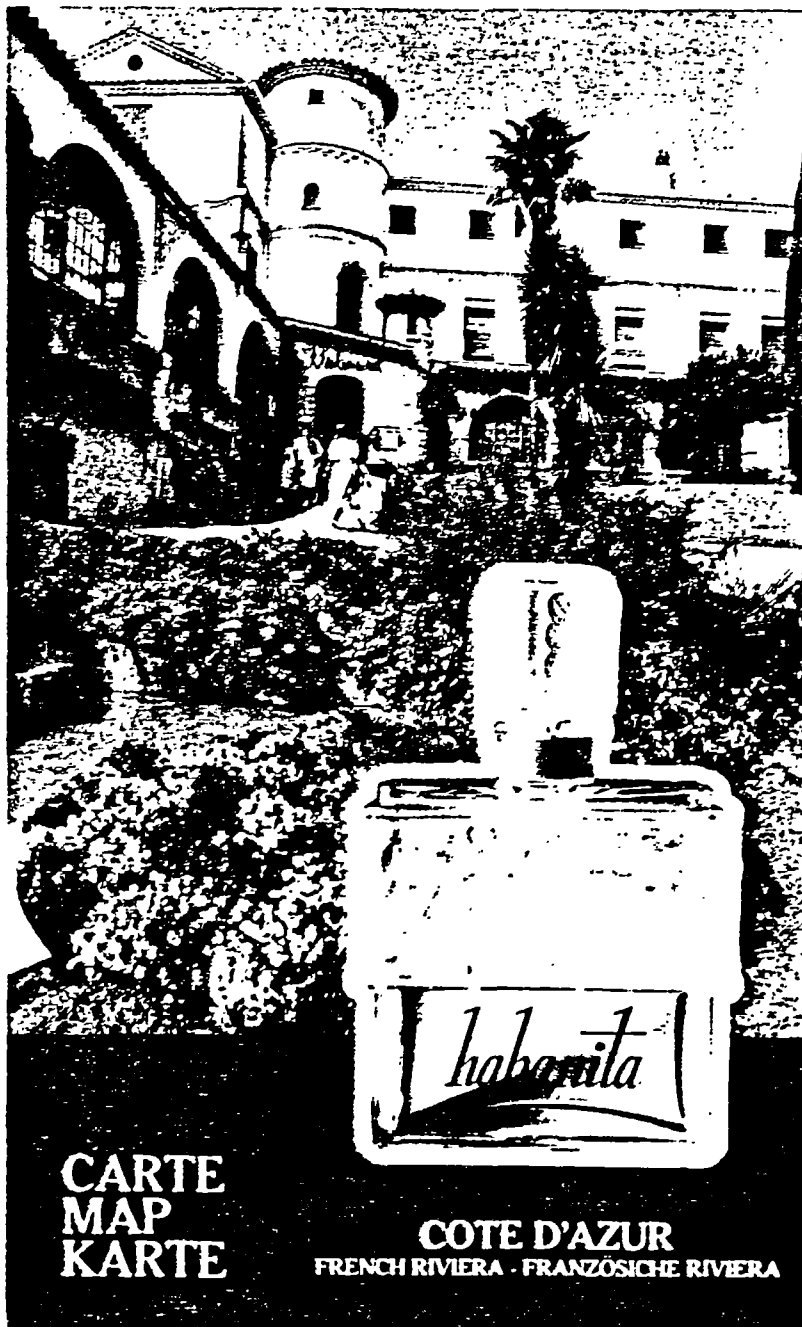
1 Sie die Parfüm-Fabriken
 besuchen, werden Sie sich für die
 alten sowie die modernsten
 Techniken der großen Schöpfer in-
 teressieren und bei dieser Gelegenheit
 Souvenirs erwerben, wegen dessen
 Sie gekommen sind.



ENTREE VISITEUR
 VISITORS ENTRANCE
 BESUCHER EINGANG



PARFUMERIE
MOLINARD
GRASSE-FRANCE



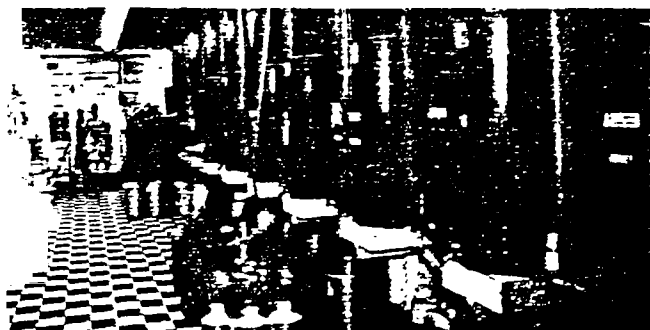
CARTE
MAP
KARTE

COTE D'AZUR
FRENCH RIVIERA · FRANZÖSISCHE RIVIERA



We invite you to visit the factory where you will be able to see the different apparatus used to extract the «heart of flowers»: distillation stills, carbide extractors which enabled us to create the solid «Concreta».

The explanations that we offer will give you a better understanding of the long and patient work required to convert flowers into essential oils. You will discover the mystery of the creation of perfume, work of art and inspiration entrusted to the Master-Perfumer in the privacy of his laboratory. Your visit will continue through the various halls and workshops where you will see in turn the storage, the ageing of perfume, toilet water, etc.... the bottling, labelling, and final conditioning of our products, and lastly the showroom where the entire range of products which have made Molinard famous can be seen, presented on splendid Provençal furniture dating back to the XVIth, XVIIth and XVIIIth centuries.



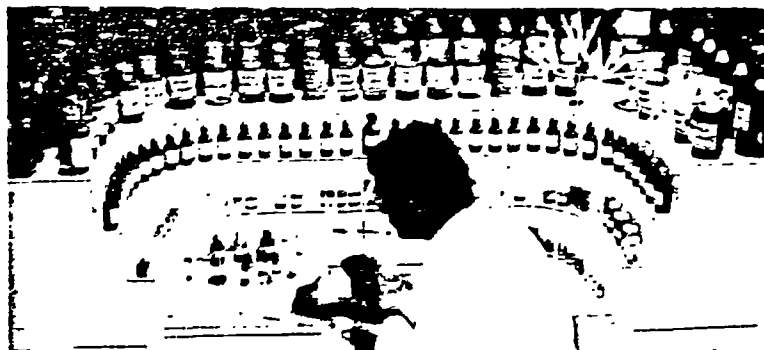
We invite you to visit the factory, where you will be able to see the different apparatus used to extract the «heart of flowers»: distillation stills, carbide extractors which enabled us to create the solid «Concreta».

The explanations that we offer will give you a better understanding of the long and patient work required to convert flowers into essential oils. You will discover the mystery of the creation of perfume, work of art and inspiration entrusted to the Master-Perfumer in the privacy of his laboratory.

the laboratory. Your visit will continue through the various halls and workshops where you will see in turn the storage, the ageing of perfume, toilet water, etc.... the bottling, labelling, and final conditioning of our products, and lastly the showroom where the entire range of products which have made Molinard famous can be seen, presented on splendid Provençal furniture dating back to the XVIth, XVIIth and XVIIIth centuries.

Wir laden Sie ein zur Besichtigung der Fabrik. Dort werden Sie verschiedene Apparate sehen, die verwendet werden, die «Seele der Blumen» zu gewinnen:

- die Blütenauslage auf Fettrahmen,
- die Wasserdampfdestillierapparate,
- und schliesslich die «Extrakteure», durch die es möglich war, das feste Parfüm «Concreta» zu erfinden.



Die Erläuterungen, die wir Ihnen dabei geben, werden Ihnen helfen, die lange mühevoll Arbeit der Umwandlung der Blüten in Essenzen besser zu verstehen. Sie werden das Wunder der Schöpfung eines Parfüms entdecken, ein Werk der Kunst und der Inspiration, das als Geheimnis des Laboratoriums bei dem Parfümeur verborgen liegt. Sie setzen Ihre Besichtigung fort durch die verschiedenen Säle und Werkstätten, wo Sie nacheinander die Lagerung, das Reifen der Essenzen, das Abfüllen, das Etikettieren und Verpacken unserer Produkte erleben. Im Ausstellungssaal finden Sie die ganze Sammlung der Produkte, denen Molinard seinen Ruf verdankt! Sie werden auf schönsten provenzalischen Möbeln des XVIth, XVIIth und XVIIIth Jahrhunderts gezeigt.





Spécialiste
des
fruits rouges

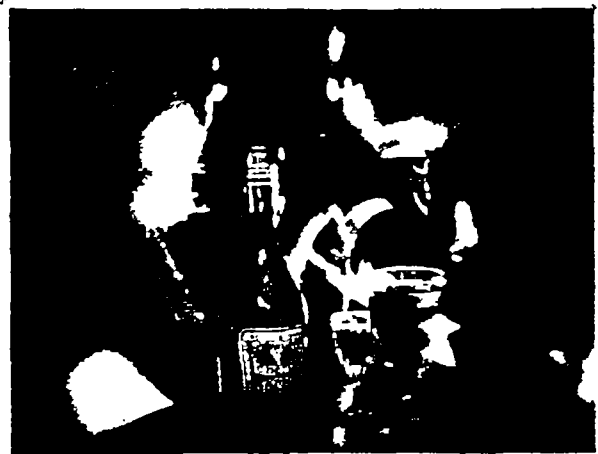
Depuis 1705

CHERRY-ROCHER, LA CÔTE ST-ANDRE - ISERE - 38260 - FRANCE

Tel : (74) 20.30.98 - Telex : ROC-LACOT 900022



Dès 1705, Barthélémy Rocher innove : installé dans un ancien couvent de La Côte-Saint-André (Isère), il est le premier à substituer aux élixirs médicinaux de douces liqueurs. Quelques générations plus tard, la maison ROCHER élaborait 103 liqueurs.

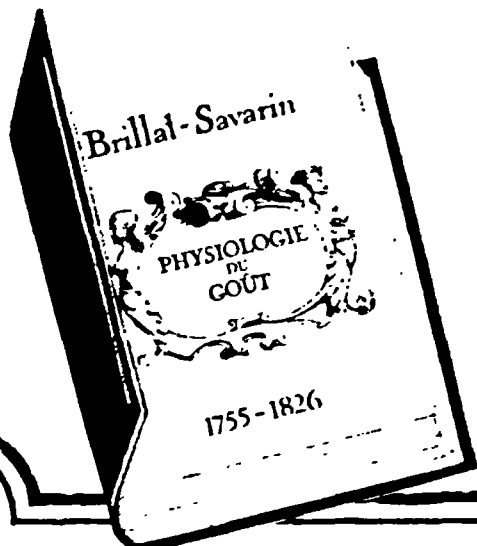


Au XIX^e siècle, ROCHER se fait une spécialité des fruits rouges, signe les premiers contrats d'association avec les planteurs des terroirs les plus adaptés et contribue à la sélection des meilleures espèces.

Créant des marchés nouveaux, la maison ROCHER en prend la première place. Son Cherry Brandy, le "Cherry Rocher" acquiert une notoriété internationale tandis que naissent, entre autres, le guignolet "GK", les cerises à l'eau-de-vie, les crèmes de cassis et de framboise...



Toujours installé au-dessus de ses caves séculaires, CHERRY ROCHER dispose aujourd'hui d'un verger d'étude et de vastes vergers de production. Les 17000 cerisiers et les 110000 cassissiers plantés par ROCHER permettent la récolte des variétés spécialement choisies pour garantir l'exceptionnelle qualité de sa marque.



Oui, comme le disait déjà Brillat-Savarin :
"Les meilleures liqueurs de France viennent de La Côte-Saint-André."

"Les meilleures liqueurs de France viennent de la Côte Saint-André"

(Physiologie du goût)



82 variétés de censes provenant du monde entier sont élevées dans le verger d'étude de **CHERRY ROCHER**. Il permet de sélectionner les meilleurs plans : ainsi, griottiers de Montmorency, Schatten Moreli, Hedelfingen, guignes noires du Dauphiné peuplent par milliers les vergers de production **CHERRY ROCHER**.



Après la récolte, les foudres tricentenaires, majestueusement alignés, reçoivent les fruits triés avec soin et les plus fines eaux-de-vie.

Au terme d'une longue cuvaison, leur mariage donne naissance aux infusions parfumées, bases des différentes préparations **ROCHER** (Cherry Brandy, Guignolet, Crème de cassis et de framboise...).

Dans une autre cave, les griottes sélectionnées une à une pour la mise en boca, s'épanouissent dans l'eau-de-vie.



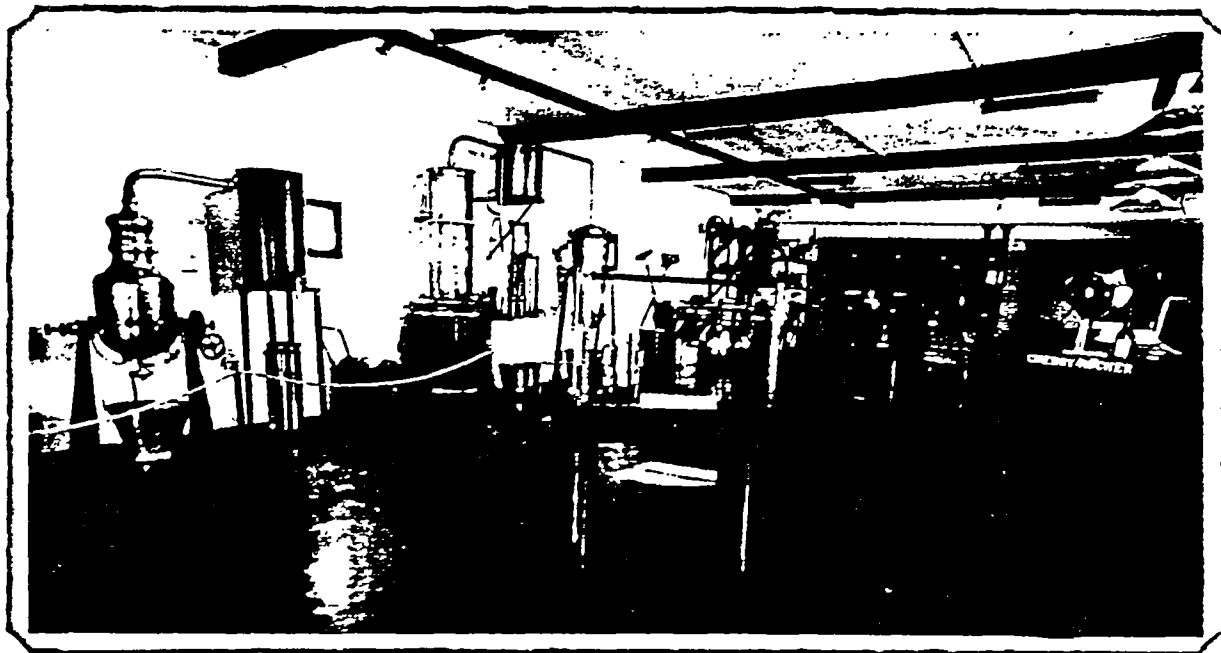
Deux séries d'alambics élaborent les eaux-de-vie à l'arôme délicat, caractéristique de la qualité **CHERRY ROCHER**.

Quelques semaines après la récolte, un subtil bouquet de kirsch s'échappe ainsi de la distillière...



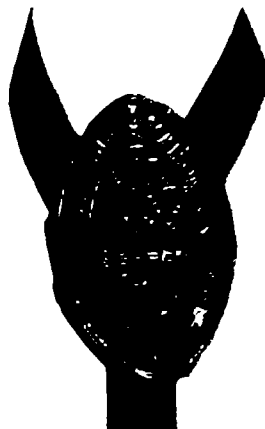


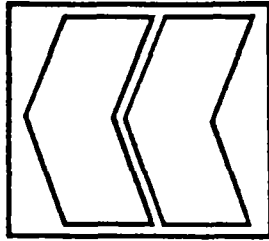
Comme en 1705, **CHERRY ROCHER** appose toujours à la main son cachet de cire sur ses bouteilles. Ce respect du meilleur savoir-faire s'associe avec l'utilisation d'un matériel d'embouteillage le plus moderne.



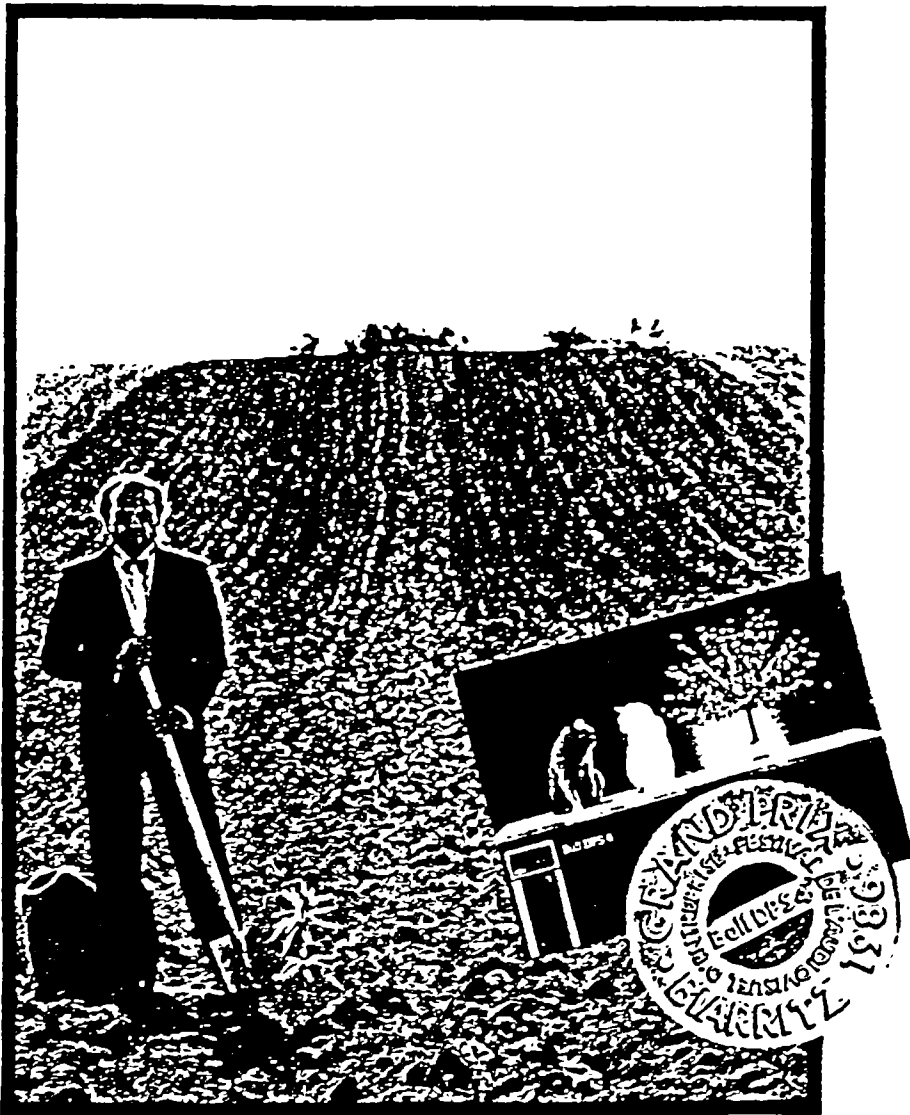
Le musée **CHERRY ROCHER** présente une collection des matériels qui ont permis, au fil des générations, la réussite de l'entreprise. Il s'enrichit régulièrement d'apports nouveaux et constitue un centre d'intérêt exceptionnel pour les 20 000 visiteurs annuels.

Ayant maîtrisé l'intégralité du cycle de production, de la plantation à la consommation, **CHERRY ROCHER** propose son savoir-faire à l'ensemble des professionnels de l'arboriculture, des spiritueux et de la distribution.





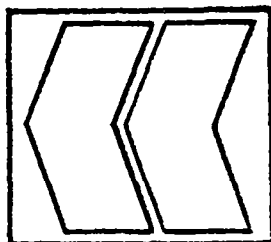
Donnez du champ
à votre Communication, ...



... Je fertilise le terrain culturel.

CiTi conseil

communication institutionnelle et organisationnelle
siège social : 17 rue de la République - 75003 Paris - Tél. 01 47 70 70 70
agence de Normandie : 87 rue de la République - 14000 Caen - Tél. 03 44 21 21 21
agence Provence-Alpes-Côte d'Azur : 100 rue de la République - 13000 Marseille - Tél. 04 91 21 21 21
R.C. Paris 834 7879133 - N° C.O.S. 492 77



NOS PRINCIPAUX CLIENTS NATIONAUX :

- * Banque C.D.E. (Comptoir des Entrepreneurs)
- * Informatique Bul. S.A.
- * Collectivité
 - Chambre de Commerce et d'Industrie de Haute-Normandie
 - Comité d'Expansion du Littoral
 - Cau-Bray-Bresse
 - Commissariat à l'Industrialisation
- * Energie Electricité de France :
 - Direction Production Transport
 - Direction des Etudes et Recherches
 - Centre de Production Nucléaire de Bugey
 - Région d'Équipement CLAMART, Centrale de PENLY, C.E.A. COGEMA
 - Usine de retraitement de la Hague
- * Distribution SODIPAN
METRO
- * Divers Institut du Droit International des Transports
Géo-Flora

Citi conseil

communication institutionnelle et tourisme industriel

siège social : 17, rue de la Équipe - 75008 Paris - Tél. 43 50 7755
 agence de Normandie : BP 9 - 70119 Varengeville-sur-Mer - Tél. 35 55 11 66 -
 agence Rhône-Alpes : 9, rue Jean-Maurice - 42001 Lyon - Tél. 78 27 54 21
 R.C. Paris B 341 78794210007 - Code APE 7701

**ELEMENTS D'ETUDES
POUR UNE POLITIQUE
DE TOURISME INDUSTRIEL
DANS LA VALLEE DU GIER (LOIRE)**

COMMANDITAIRES

**Secrétariat d'Etat au Tourisme
Association Ville et Banlieue**

BUREAU D'ETUDES

Agence Périféríc

Septembre 1987

Une conférence Intercommunale a été créée en 1985 dans le but de transformer l'image de la vallée et de favoriser la mise en oeuvre d'une politique active de Développement Economique et de l'Emploi. Le tourisme industriel doit être envisagé comme un élément de cette politique.

Sa situation sur l'axe Nord-Sud et sa participation aux opérations sur le tourisme fluvial et les Equipements d'Accompagnements lancées par l'Entente Interdépartementale autour du Rhône peuvent aussi concourir à son ouverture.

LE TOURISME INDUSTRIEL

Qu'est-ce que tourisme industriel ?

"Le tourisme industriel est un moyen privilégié de faire découvrir la France des sites industriels et du travail, celle qui a forgé les grandeurs monumentales et techniques du passé et prépare à travers les mutations difficiles du moment les réponses technologiques et économiques qui sont à la hauteur des défis du futur"

Roland CARRAZ

Secrétaire d'Etat au Tourisme (1984)

ou peut-être aussi "une promenade dans le travail des autres"

Ph. MAIROT

Directeur Ecomusée du Nord Dauphiné

Les formes de représentation et de conception sont multiples : Tourisme économique, d'affaires, culturel ou technique qui se détermine dans une optique de valorisation du patrimoine non seulement pour les étrangers mais surtout pour permettre aux visiteurs, par ailleurs "force de travail", de se réappropriier les techniques, les outils, et de mieux les intégrer dans leur quotidien.

Le tourisme industriel se place à l'interface de deux mondes jusque là antagonistes : les loisirs et le travail.

Le désir d'un tourisme intelligent et l'évolution des conditions de travail de l'autre permet de penser qu'il constitue une nouvelle activité individuelle ou de groupe.

Déjà d'autres nations l'ont développé (Angleterre, Suisse...)

La France est en retard alors que les richesses de son patrimoine sont innombrables.

L'histoire des techniques comporte aussi des mutations et des crises ; le tourisme industriel est une reconnaissance du passé et un lien avec l'avenir.

Exemples et éléments de conviction

Un récapitulatif des sites français dans le domaine du tourisme industriel a été présenté aux communes de la vallée (cf. annexe "Le tourisme industriel existe").

En effet, certaines, comme Saint-Chamond étaient déjà sensibilisées, mais la plupart, malgré un travail avancé sur la réhabilitation d'usines, ne songeaient pas réellement pouvoir "séduire" et intéresser un grand public.

La question reste posée. Il faut prendre en compte les différentes optiques étant donné que l'image interne à une région est souvent bien différente du "ressenti" extérieur.

Éléments de réussite

Le développement du tourisme industriel tient de la convergence de plusieurs objectifs contrôlés par une structure, syndicat ou association de gestion et de coordination :

- * ouverture des entreprises, qui font ainsi connaître leur qualité de production ; cette ouverture nécessite sans doute la création d'une structure d'accueil adaptée (espace muséologique, informations vulgarisées...)

- * valorisation du travail ouvrier qui fait ainsi connaître son métier et ses compétences ; cette reconnaissance du travail ouvrier demande, par ailleurs, une volonté patronale

- * apport du travail de recherche des scientifiques ethnologues, conservateurs de musées et écomusées qui participe ainsi à une relation pluri-culturelle (métier-ethnies-entreprises...)

- * volonté des professionnels du tourisme de lancer une nouvelle activité et de varier leurs produits.

LE DEROULEMENT DE L'ETUDE

Définition des partenaires

- Les communes de la Conférence Intercommunale :

Chateaufeuf, Gémillac, Givors, La Grand-Croix, la Terrasse-sur-Dorlay, L'Horme, Lorette, Rive-de-Gier, St Paul-en-Jarez, St Joseph, St Martin-la-Plaine, St Chamond, Tartaras.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec M. MALFOIX, coordonnateur de la Conférence Intercommunale et chargé de mission par la DATAR et le Ministère de l'Environnement dans les pôles de conversion industrielle. Il a joué le rôle de relais local et a permis un contact plus rapide avec les municipalités.

- Le Musée de Saint Etienne

Nadine BESSE, conservateur du Musée des Arts et Métiers, et Thierry VEYRON, conservateur du futur Musée de la Mine, ont été autorisés à nous apporter leur aide en ce qui concerne l'inventaire du patrimoine industriel. Un travail a par ailleurs été effectué par S. MONTAGNE, ingénieur civil des mines, sur les sites d'archéologie industrielle de la région stéphanoise. Une collaboration semble également possible avec les étudiants de l'Ecole des Mines de St Etienne.

- Les guides-animateurs du Pilat

Essentiellement axés sur l'accueil dans le Parc du Pilat et la visite de son patrimoine, les guides-animateurs, retraités pour la plupart des industries de la vallée, mettent leurs connaissances et leur dynamisme au service généralement de groupes (scolaires, 3e âge, ...). Leur présence est indispensable car ils possèdent une bonne connaissance des particularités régionales : les circuits industriels seraient aussi entrecoupés d'incursions dans le Massif du Pilat.

- Les Industriels

Isolés ou regroupés sous forme d'Union Locale, leur décision de s'ouvrir à l'extérieur est indispensable pour donner une image complète de la vie économique actuelle de la vallée du Gier. Les municipalités ont contacté directement les industriels de leur commune.

- Les professionnels du tourisme

Principaux interlocuteurs. Des rencontres seront envisagées une fois que les produits du tourisme industriel seront mis en place, avec un certain nombre d'informations plus détaillées.

Prises de contact et rencontres

L'étude a débuté par une prise de contact avec M.MALFOIX qui nous a permis de mieux cerner le tissu local et la position des différents intervenants potentiels.

Une réunion organisée par la municipalité de St Chamond le 25 Février 87, a montré l'intérêt, pour cette commune, d'une politique de tourisme industriel à partir de réalisations telles que la réhabilitation d'une ancienne usine textile en pépinière d'entreprise, et d'une réelle volonté de valoriser son image dans l'optique d'attirer de nouvelles entreprises.

Suite à cette réunion, nous avons décidé avec M.MALFOIX de réaliser un inventaire des possibles ayant un intérêt touristique sur toute la vallée du Gier.

Une première rencontre de tous les partenaires s'est tenue le 22 Avril à St Paul-en-Jarez pour expliciter le but de l'étude et faire le point sur les motivations de chacun.

Etaient notamment présents :

M.BERTHOMMIER, responsable de la Direction Départementale du Tourisme, N.BESSE, S.MONTAGNE, M.MALFOIX, M.GAMBERT, chef du Service Economique de Rive-de-Gier, M.TESSIER, Secrétaire Général de la Mairie de St Chamond.

Début Juin, nous avons visité certains sites du Pilat et, avec M.VEYRON et les guides du Pilat, nous avons refait l'itinéraire de la Mine de la première époque industrielle de façon à préfigurer des itinéraires possibles (les photos ci-jointes ont été prises par PERIFERIC lors de ce circuit).

Une dernière réunion s'est tenue le 25 Juin à St Paul-en-Jarez pour dynamiser quelque peu les communes, car il semblait nécessaire de relancer les contacts avec les entreprises et de marquer ainsi leur décision de participer à cet inventaire pour pouvoir l'utiliser au plus vite.

PROPOSITIONS PERIFERIC

Cette étude est un point de départ, un inventaire des motivations et des intérêts.

Il apparait évident que les éléments doivent être repris par une organisation, a fortiori la Conférence Intercommunale, notamment dans le cadre de la Charte Intercommunale.

L'objectif premier était la redynamisation économique de la vallée. Nous rappelons que le tourisme industriel peut être un facteur, car il incite à revaloriser l'image du Pays du Gier, travail commencé par la Conférence Intercommunale.

Il ne s'agit pas non plus d'envisager pouvoir atteindre un tourisme "style Côte d'Azur", mais plutôt de toucher un public motivé et informé par des relais efficaces (média, agences de voyages, publicité,...).

Les communes et leurs partenaires (Région, Etat) doivent être déterminantes dans le projet "Tourisme Industriel. Elles seules ont les moyens décisionnels et financiers de le faire aboutir.

La personne déléguée pour suivre le projet dans chaque municipalité doit faire le nécessaire pour sensibiliser le Conseil Municipal de sa commune à la sauvegarde des sites archéologiques. Cette condition est préalable à la mise en oeuvre d'une politique intercommunale de tourisme industriel.

Les industriels doivent être également encouragés à ouvrir leurs portes, non pas de façon anecdotique, mais en "comprenant" leur production comme un bien public à moyen terme.

Des espaces muséologiques peuvent être aménagés. Cette relation avec les industriels est d'ailleurs encouragée par les chambres consulaires et le Conseil Régional qui doit éditer à l'automne un guide des visites techniques en Rhône-Alpes.

Il est également nécessaire d'améliorer le potentiel d'infrastructure touristique (hébergement et restauration).

La création d'un Office du Tourisme dans la vallée, qui serait axé sur la découverte industrielle, est sans doute à envisager.

Le lancement de cette politique de tourisme industriel pourrait s'effectuer de façon promotionnelle en invitant les agences de voyages et les professionnels du tourisme, car il faut miser d'ores et déjà sur une opération nationale et, pourquoi pas, internationale.

Des échanges avec des associations étrangères, anglaises, suisses, allemandes, déjà avancés dans ce domaine, sont possibles. Mais aussi des visites au Creusot, dans le Nord-Pas de Calais, sur l'étang de Thau, seraient sans doute nécessaires pour s'inspirer d'opérations déjà réalisées.

Il faut penser que l'économie d'une région a besoin d'ouvertures, donc de rencontres et de communication.

D'autre part, une politique de développement du tourisme industriel (ou autre forme de tourisme) doit prendre en compte la réalité globale de la région. Elle va de pair avec une politique de revitalisation économique. Double objectif : regarder et utiliser le passé en se tournant résolument vers l'avenir.

| | SURFACES LOUEES AU M ² | | | EXPOSANTS | | | VISTEURS | | |
|---|-----------------------------------|-----------|--------|-----------|-----------|-------|----------|-----------|---------|
| | Couverts | Aff Libre | Total | Français | Etrangers | Total | Français | Etrangers | Total |
| A | 8 500 | | | 601 | 66 | 667 | 51 000 | 565 | 51 565 |
| B | 42 206 | 4 745 | 47 011 | 1 555 | 159 | 2 349 | 519 971 | 1 359 | 621 330 |
| C | 12 326 | | | 359 | 5 | 365 | 58 597 | 269 | 58 866 |
| D | 4 000 | | | | | 160 | 15 362 | 40 | 15 402 |
| E | 18 667 | 4 127 | 22 794 | 279 | 23 | 302 | 20 560 | 554 | 21 014 |
| F | 46 851 | | | 665 | 175 | 840 | 32 711 | 2 051 | 34 762 |
| G | 13 000 | | | 58 | 21 | 79 | 161 691 | | 161 691 |
| H | 5 000 | | | 255 | 10 | 265 | 13 362 | 374 | 13 736 |

A : METIERS DE BOUCHE B : FOIRE DE LYON
E : UORMATEC PLANTEXPO F : EUROSPAN

C : DEFORA
G : SALON DE L'AUTO

D : TERTIA
H : IPIRARNEX

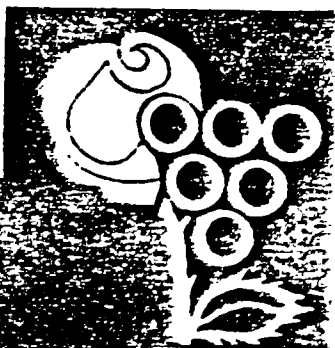
TABLEAU F

FILIANCIATION TOURISTIQUE 1964

REGALPURATION

REPASITION DU RECHER.

| | |
|--|---------------------|
| Visiteurs sejournant en Hôtels | 1 000 000 |
| Visiteurs dans d'autres structures d'accueil | 100 000 |
| Visiteurs de la journée | 1 000 000 |
| Total du total de visiteurs | |
| | 2 000 000 visiteurs |



en tourisme tricastin

dans la Drôme
en Dauphine-Provence

Autoroute du Soleil

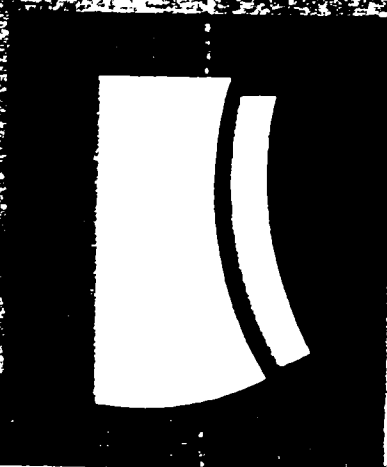
● Valence



● Montélimar

Le tricastin

● Pierrelatte



PATRIMOINE INDUSTRIEL. Journées techniques

Visite CENTRALE EDF
du TRICASTIN Repas
Visite guidée des Serres de Pierre-
atte, chauffées par les rejets thermi-
ques d'EURODIF.
Visite guidée des installations de la
COMPAGNIE GÉNÉRALE
DU RHÔNE à CHATEAU-NEUF DU
RHÔNE

MENU

*Chariot de crudités
2 viandes au choix
1 légume
Fromage
2 desserts au choix
Vin - Café*

LA GARDE ADHÉMAR

Multivision
"du Crétacé au Nucléaire".
Visite guidée des Serres. Repas.
Visite des caves cathédrales du
CELLIER DES DAUPHINS
à ST-RESTITUT.

MENU

*Charcuterie ou Crudités
ou Tarte à l'oignon
Coquelet fines herbes
ou Bœuf aux carottes
ou Rôti de porc au vin blanc
Légumes
Fromage ou dessert*

Prix journée : 58 F

Prix journée : 85 F

PATRIMOINE GASTRONOMIQUE. Journées de la truffe et produits régionaux

Visite d'une NOUGATERIE à MONTÉLIMAR
Visite guidée du village de LA GARDE ADHEMAR
et du jardin des Plantes Aromatiques.
Repas
Arrêt à l'abbaye d'Aiguchelle à MONTJOYER
liqueur, essence de lavande ...

MENU

*Reviens de Kermadec
ou Terrin d'adobe à la sauce de tomate
ou Filet de truite aux fines herbes et beurre blanc.
SPECIALITES MAISON
Goussinette d'agneau sauté au poivre
ou Cuisse de pintadeau laqué aux cepes
ou Côte d'agneau rôti aux épinards d'ail
ou Côte d'agneau sauté au beurre blanc
ou Gratin Dauphinois
ou Filet de saumon
Fromages - Assiette de desserts
Vin et café*

Prix journée : 120 F

PATRIMOINE VINICOLE. Journées à boire

Visite UNIVERSITE DU VIN
et CHATEAU de Suzette la Rousse
Visite Cave LA SUZETTE Repas
Visite des caves cathédrales
du CELLIER DES DAUPHINS
à SAINT-RESTITUT

MENU

*Gateau de bon de volaille ravigote d'un coulis de tomate
ou Terrin de chevre
et saucisses de montagne ou Kebab au fromage
ou Assiette de crudités de Provence
Truite du pays du mar de Provence
ou Côte de porc aux petites légumes
ou Epave d'agneau aux senteurs de Provence
Gratin dauphinois
Fromage de chevre de la Drome - Pâtisserie maison
VIN CAVÉ SUZETTE compris*

Prix journée : 120 F

PATRIMOINE CULTUREL. Journées balades et châteaux

Visite d'une FABRIQUE DE NOUGAT
à MONTÉLIMAR.
Visite guidée de Montélimar
Repas
Visite du Château des Adhemar
Avec accompagnateur

MENU

*La petite salade gourmande
ou l'Assiette de tambon cru
Le Fuet de St-Pierre à l'oselle
ou le Gratin de crabe en coquille
Le Gigot d'agneau en croûte
ou le Pintadeau sauce aux cepes
Gratin Dauphinois
Plateau de fromages - Dessert
1/2 Cotes du Rhone - Rouge ou Rose*

Prix journée : 130 F

DE LA VIGNE AU TOURISME INDUSTRIEL

Circuit 2 ou 3 jours

1^{er} JOUR :

Arrivée dans la matinée à **MONTÉLIMAR** et visite commentée d'une usine de **NOUGAT**. - Déjeuner et installation à l'hôtel.

SAINT PAUL TROIS CHATEAUX : - Visite de la **MAISON DE LA TRUFFE ET DU TRICASTIN**

SAINT RESTITUT : - Arrêt au belvédère surplombant la Vallée du Rhône pour un repérage commenté du **SITE NUCLÉAIRE DU TRICASTIN** et des environs - Visite guidée des **CAVES DU CELLIER DES DAUPHINS** installées dans d'anciennes et gigantesques carrières de pierres - dégustation des vins

LA GARDE ADHÉMAR : - Visite commentée du village - Conservatoire des Plantes aromatiques et Médicinales - Spectacle maître-vision de **CRETACE AU NUCLÉAIRE** - Dîner sur place - Retour à **MONTÉLIMAR**, hébergement

2^e JOUR :

CENTRALE NUCLÉAIRE EDF DU TRICASTIN - Film et visite des installations

PIERRELATTE : - Départ pour le secteur des **SERRES DE PIERRELATTE** - Ces 50 hectares de serres sont chauffées par les rejets thermiques d'**YUROP** - Visite d'une roseraie ou d'une exploitation de plantes en pots - Déjeuner dans les environs - Départ pour **GRIGNAN** - Visite guidée du **CHATEAU** de Mme DE SÉVIGNE - Retour à **MONTÉLIMAR**, hébergement ou poursuite de votre voyage

OPTION 3^e JOUR :

A la fin du deuxième jour, nous vous proposons en fin d'après-midi :

— Visite du **MUSÉE DE LA SOIE** à **MONTBOUCHER** (5 km de **MONTÉLIMAR**) - Dîner dans les environs - Retour à l'hôtel à **MONTÉLIMAR**

— Peut déjeuner et départ pour **DIEULEFIT** - Visite des ateliers d'artisans d'art - **POTFRIES, PEINTURE** — Départ en fin de matinée pour **NYONS** - Visite d'un moulin à huile d'olives - Déjeuner - Visite d'une **SCOURTINERIE** (le scourtin est un accessoire du pressoir à huile, fait de fibres végétales et assemblées) - Départ à travers les vignobles (**VINSOBRES, VISAN**) vers **SUZE LA ROUSSE** - Visite de l'**UNIVERSITÉ DU VIN**, installée dans le **CHATEAU MÉDÉVAL DE SUZE LA ROUSSE** - Dégustation de vins à la cave coopérative - **LA SUZIENNE** - Retour à **MONTÉLIMAR** et départ

CIRCUIT 2 JOURS : 461 F - CIRCUIT 3 JOURS : 808 F

Prix nets par personne, base groupe 50 personnes minimum.

WEEK-END EN TRICASTIN

En hébergement 1-2 pension **RELAIS DU CHATEAU A SUZE LA ROUSSE**.

SAMEDI - Installation à l'hôtel - Visite des caves cathédrales du **CELLIER DES DAUPHINS** à **St Restitut** - Visite du **Château de Suze la Rousse** - Repas **RELAIS DU CHATEAU A SUZE LA ROUSSE** - Visite guidée du village de **La Garde Adhémar** - présentation d'un diaporama sur les transformations de la région du Tricastin, de ses origines au nucléaire. 2 h environ dont 50 mn de diaporama

Option 1 : Départ pour **Avignon** - Croisière à bord de bateau **MIREIO** et dîner dansant (embarquement à 20 h 50, départ 21 h - Croisière **AVIGNON et VILLENEUVE** - retour à 23 h - Fermeture à 11 h du matin)

DIMANCHE - Visite **Château de Grignan** - Repas **HOTELLERIE TOMBI** à **Pierrelatte** - Départ pour les grottes de **L'AVEN MARZAL** et son zoo préhistorique, retour par les gorges de l'Arèche vers **MONTÉLIMAR**

Option 2 : Départ pour la **route des vins**, arrêt, dégustation au caveau de **St Maurice-sur-Ayguès** - Repas à l'**ABBAYE DE BOUCHET**, Ambiance musicale et au menu "LE MACHON DU VIGNERON" dans la prestigieuse salle capitulaire de l'**ABBAYE**

Option 1 : 665 F par personne (+ 90 F single)

Option 2 : 575 F par personne (+ 90 F single)

brookdale by night, by Philip James De Louthembourg

Ironbridge Gorge Museum

Visit
Ironbridge
and Fire Your
Imagination

Visitez
Ironbridge
et laissez
s'enflammer
votre
imagination

Besuchen Sie
Ironbridge
und lassen Sie
Ihre
Phantasie
anfeuern

Ironbridge—
Una visita
enardeciente

アイアンブリッジ
探訪



Ironbridge Gorge
Museum

birthplace of the Industrial Revolution

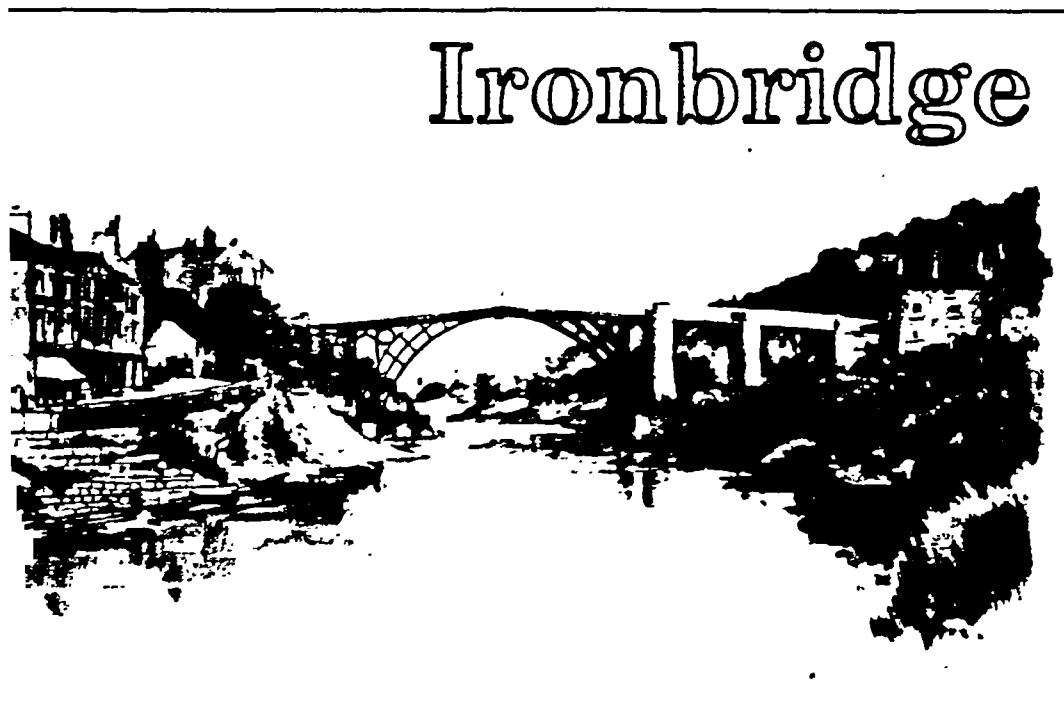
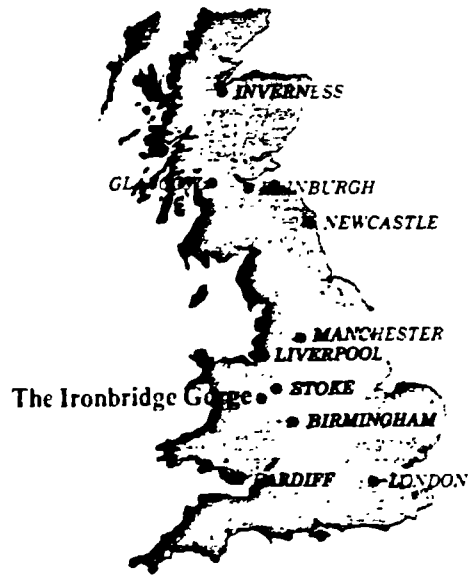
Opening times

Museum sites are open seven days a week from 10.00 to 18.00 in summer, and from 10.00 to 17.00 in winter. Closed Christmas Day.

For information

For further information on the Museum and its activities contact:
Ironbridge Gorge Museum Trust
Ironbridge
Staffordshire TF8 7AW

Telephone Ironbridge (095245) 3522 weekdays
3418 weekends



Ironbridge

visit

Ironbridge
Gorge
Museum



Coalbrookdale - Museum of Iron and Old Furnace

In the eighteenth century this valley was the most important ironmaking centre in the world. Abraham Darby's furnace is still here, where in 1709 he perfected the technique of smelting iron ore with a piece of charcoal.

The Museum of Iron illustrates the history of ironmaking, the story of the Coalbrookdale Company, and the enormous range of products made in large and small, industrial and domestic.

Iron Bridge and Tollhouse

Built in 1779, spanning the River Severn, this is the first cast-iron bridge in the world, a spectacular monument for this versatile material. It is the centrepiece of the Gorge and has been a centre of attraction for over 200 years.

Coalbrookdale Iron Bridge lies on the north bank, while the Tollhouse is at the south end of the bridge there is the original toll booth which contains an information centre and a shop.

Blists Hill Open Air Museum

On this 50-acre site the visitor steps back in time to the life of a community of the 1890s. Along the gaslit streets of the Victorian township, past railway sidings, yards, streets, shops and offices, you can hear the hiss of steam and the clank of machinery, taste the butcher's pies, drink beer in the pub, and smell candles in the candle shop. New exhibits are being added each year, including a foundry and a wrought iron works.

Coalport China Museum

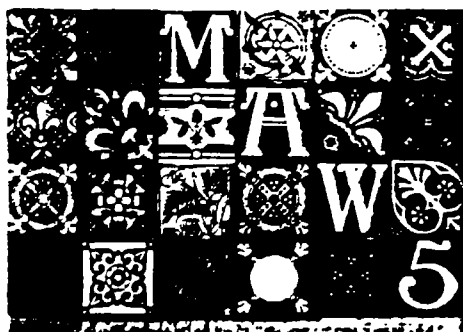
Porcelain was made here from the eighteenth century until 1926, when the Company moved to Stoke, Staffordshire. The old works have been restored as a Museum of porcelain, showing the techniques of manufacture and the products of the factory. The shop carries an extensive range of Coalport ware.

Jackfield Tile Museum

Established in the 1840s were two of the largest tile works in the world, Maws and Craven. The Museum operates tile manufacture and restoration workshops in the original Craven Works. During the summer months a Tile Museum is open on this site, showing the incredible variety of decorative wall and floor tiles produced in the area from the 1850s to the 1960s.

Coalbrookdale Iron Bridge Visitor Centre

On the banks of the River Severn by the Coalbrookdale Iron Bridge, the wharf and the buildings of the 1840s have been restored. The Visitor Centre provides the introduction to the Gorge and the extraordinary past through an audiovisual presentation and exhibition, which includes the story of the Iron Bridge. This gothic-style warehouse lies some 500 metres to the west of the famous Iron Bridge.



A. Coalbrookdale - Musée du fer & le vieux four
Au XVIII^e Sc., cette vallée fut le plus gros centre métallurgique du monde. Le four d'Abraham Darby est toujours là où, en 1709, il inaugura la technique de la fonte du minerai de fer en utilisant le coke à la place de charbon de bois.

Le musée du fer raconte l'histoire de la fabrication du fer, celle de la société Coalbrookdale, et présente l'énorme gamme des produits, petits ou grands, pour les industriels ou pour les particuliers, à base de fer.

B. Le pont métallique & la maison du péage
Érigé en 1779 et franchissant la Severn, voici le premier pont en fonte du monde, splendide publicité pour ce matériau aux usages si divers. C'est le centre d'intérêt de la Gorge, et il est le point d'attraction depuis plus de 200 ans.

La ville d'Ironbridge est sur la rive nord, et, à la sortie sud du pont, se trouve la vieille maison du péager abritant un bureau d'informations et une exposition.

C. Blists Hill - Musée de plein air

Sur un site de 20 ha, le visiteur remonte le temps et pénètre dans une vivante communauté des années 1890. Dans les rues éclairées au gaz de cette commune victorienne, ayant dépassé les votes de garage, les chantiers et les scies, les boutiques et des bureaux, vous pouvez entendre siffler la vapeur et cliqueter les machines, vous pouvez goûter les pâtés du boucher, boire une bière au pub et sentir les bougies à la fabrique. Chaque année quelque chose de nouveau est exposé, y compris une fonderie et un atelier de fer forge.

D. Coalport - Musée de la porcelaine

C'est ici que la porcelaine de Coalport a été fabriquée depuis le XVIII^e Sc. jusqu'à 1926, date à laquelle la société a été transférée à Stoke, dans le Staffordshire. Les anciennes usines ont été restaurées et renferment le musée de la porcelaine qui montre les techniques de la fabrication et expose les divers produits de Coalport. Une gamme complète des produits de l'usine moderne de Coalport est présentée à la boutique.

E. Jackfield - Musée de la céramique

C'est à Jackfield que, vers 1840, se trouvaient deux des plus importantes usines mondiales de céramique décorative, Maws et Craven Dunnill. Le musée fait fonctionner la manufacture de céramique et entretient les ateliers de l'usine originelle de Craven Dunnill. Pendant l'été, un musée de la céramique y est ouvert qui présente une variété kaléidoscopique de céramique décorative pour murs et sols fabriquée dans cette région depuis les années 1850 jusqu'aux années 1960.

F. Ironbridge - Bureau d'accueil des visiteurs

L'appontement et l'entrepôt, construits dans les années 1840 par la société Coalbrookdale sur les rives de la Severn, ont été restaurés. Le bâtiment permet de présenter une introduction à la Gorge et à son passé extraordinaire grâce à une installation audiovisuelle et une exposition, qui comprend une histoire de la rivière. De style gothique, cet entrepôt est situé à quelque 500 m à l'ouest du fameux pont de fonte.

EXPERIENCE PILOTE DU CREUSOT

OBJET :

Organisation et développement du Tourisme Industriel sur la Communauté Urbaine Le Creusot / Montceau les Mines (71 Bourgogne)

NATURE :

La spécialisation historique des villes du Creusot et de Montceau, sur les secteurs industriels de la métallurgie et de la mine a doté la Communauté d'un patrimoine industriel renouvelable.

L'action porte sur un mode de présentation original et personnel du patrimoine de la Communauté Urbaine du Creusot, dans le cadre d'une structure d'accueil spécialisée dans le Tourisme Industriel, et propose à des groupes de visiteurs, les services d'une équipe d'accompagnateurs locaux, sur des itinéraires spécifiques.

MISE EN PLACE :

La concertation au plan local, régional et national a conduit, en 1984, à la mise en oeuvre d'une opération pilote, financée dans le cadre du Fonds d'Intervention Culturelle, au titre de la 'Participation des pré-retraités à la vie culturelle'.

DEROULEMENT :

Le projet est devenu opérationnel le 1er Avril 1984.

PREMIERE ETAPE (Février/Mars 1984)

Recherche, par petites annonces, de pré-retraités et retraités volontaires pour s'engager dans l'expérimentation, avec l'aide des municipalités, des organisations professionnelles, des comités d'entreprises locaux (Creusot-

TROISIEME ETAPE (Décembre 1984/Mars 1985)

Préfiguration d'un réseau touristique.

Des contacts ont été établis avec :

- les professionnels du tourisme (restaurateurs, hôteliers, transporteurs)
- les structures d'accueil existantes (musées, syndicats d'initiative, office du tourisme, associations diverses ...).
- les entreprises locales (Houillères de Blanzy, Creusot-Loire ...)

dans le but de définir précisément les différents niveaux de collaboration de chacun. Concernant plus particulièrement les relations avec les entreprises locales, la concertation engagée avec les Houillères de Blanzy peut être citée en exemple.

En effet, la Direction des Houillères autorise les groupes encadrés par l'association Tourisme Industriel à pénétrer sur le site de la Mine. Les modalités d'application de cette autorisation font l'objet d'une convention.

QUATRIEME ETAPE (Mars 1985/Mars 1986)

Promotion de l'association.

L'association a accueilli 3 000 visiteurs au cours du printemps 85 grâce au support de la presse nationale (journal "Notre Temps", "Le Monde") et de la télévision (TF1, Antenne 2, FR3).

Son objectif est d'accueillir 10 000 visiteurs en 1986. Pour cela, un premier dépliant cible particulièrement la clientèle "adulte" des Clubs de retraités et des Comités d'Entreprises.

Par ailleurs, l'association participe à différents salons ou rencontres professionnelles pour s'implanter dans les réseaux d'organisation des voyages et des loisirs (MITCAR, FIT, bourses, foires économiques ...).

Les premières retombées sont attendues dès le printemps prochain.

CINQUIEME ETAPE

Autorisation d'agrément d'organisme touristique de développement local.

Loire, Charbonnages de France ...) et des médias (presse locale, télé ...).

Cette recherche a conduit à la constitution d'une première équipe d'une vingtaine de personnes, pour la plupart pré-retraités de la métallurgie, jeunes retraités de la mine, de l'enseignement, d'origine socio-professionnelle diverse et résidents de la Communauté. La moyenne d'âge se situe autour de 56 ans.

DEUXIEME ETAPE (Avril/Novembre 1984)

Organisation d'un stage de formation avec le concours de l'Institut J.B Dumay, du Creusot.

L'objectif de la formation est d'aboutir à une présentation originale de l'histoire et des dominantes du paysage industriel, au moyen d'une méthodologie basée sur le vécu des stagiaires, leur connaissance des lieux, leur pratique professionnelle, leur immersion dans la culture ouvrière locale. La formation a débouché sur la réalisation d'un catalogue proposant des itinéraires "à la carte" et sur la constitution d'un fichier descriptif des sites intéressants.

CREATION DE L'ASSOCIATION COMMUNAUTAIRE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME INDUSTRIEL, LE 26 SEPTEMBRE 1984.

L'association se compose de :

- membres de droit qui sont les représentants des collectivités territoriales ;
- membres associés qui sont les représentants des associations parties prenantes de l'opération ;
- membres actifs qui sont les accompagnateurs.

Considérant, d'une part, le tourisme comme activité économique à part entière et d'autre part, les possibilités de développement touristique de la Communauté, l'association a pour buts :

- d'organiser et de promouvoir le tourisme industriel en liaison avec les structures d'accueil existantes au plan local ou régional ;
- d'apporter son concours aux opérations permettant de faciliter l'accueil des touristes et d'améliorer les conditions de leur séjour ;
- de concourir à la revitalisation de l'économie locale ;
- de participer à toutes actions propres à valoriser le paysage industriel ;
- de concourir à la transmission des connaissances et des savoir-faire de pré-retraités ou retraités ;

1 JOUR

A PARTIR DE F. 185 / PERS.

P R O G R A M M E

LE CREUSOT
LA VILLE - USINE

Arrivée à la gare SNCF - TGV LE CREUSOT / MONTCEAU /
MONTCHANIN

Accueil des participants
PETIT DEJEUNER

MATINEE

VISITE DU CHATEAU DE LA VERRERIE

Ancienne manufacture des cristaux de la Reine Marie-
Antoinette - 1787 - bâtiments classés Monuments His-
toriques

L'ECOMUSEE DE LA COMMUNAUTE URBAINE :

musée de l'Homme et de l'Industrie

LE PETIT THEATRE :

ancien four de fusion du verre

VISITE DE LA PLAINE DES RIAUX

Site de la Fonderie Royale

Atelier des Grues et Locomotives

DEJEUNER AU RESTAURANT

APRES-MIDI

VISITE D'ENTREPRISE : (SOUS RESERVE)

Secteur métallurgique

CIRCUIT : L'ESPACE INDUSTRIEL

Lecture du Paysage Industriel et Urbain depuis
le belvédère de la Route des Crêtes

Visite de la Combe des Mineurs : cité ouvrière

- 1826 - bâtiments inscrits à l'inventaire des

Monuments Historiques

Retour à la Gare SNCF - TGV

VOS PARTENAIRES

Pour l'organisation des circuits
et l'accompagnement

TOURISME INDUSTRIEL

Niveau de la Verrerie - BP 148

71204 LE CREUSOT CEDEX

85.80.40.90.

Pour le transport et les presta-
tions hôtelières

R. T. S. L.

13, rue Claude perry

71100 CHALON-SUR-SAONE

85.46.05.73.

1 JOUR
PARTIR DE F. 190 / PERS.

P R O G R A M M E

MONTCEAU-LES-MINES / LE CREUSOT
MINE ET METALLURGIE

Arrivée en gare SNCF - TGV LE CREUSOT / MONTCEAU /
MONTCHANIN

Accueil des participants
PETIT DEJEUNER

MATINEE / MONTCEAU-LES-MINES

VISITE DU CENTRE GEOLOGIQUE DE LA PHYSIOPHILE

Formation de la houille
Collection de fossiles
Plan / Coupe sur verre

VISITE DES HOUILLERES DE BLANZY

Présentation des installations de surface du Puits
DARCY
Cité minière
Présentation de l'exploitation minière à ciel ou-
vert des FOUTHIAUX

DEJEUNER AU RESTAURANT

APRES-MIDI / LE CREUSOT

VISITE DU CHATEAU DE LA VERPERIE

ancienne manufacture des cristaux de la Reine Marie-
Antoinette - 1787 - bâtiments classés Monuments His-
toriques

L'ECOMUSEE DE LA COMMUNAUTE URBAINE :
musée de l'Homme et de l'Industrie
LE PETIT THEATRE :

ancien four de fusion du verre

VISITE DE LA PLAINE DES RIAUX

Site de la Fonderie Royale
Atelier des Grues et Locomotives

CIRCUIT : L'ESPACE INDUSTRIEL

Lecture du Paysage Industriel et Urbain depuis
le belvédère de la Route des Crêtes

Visite de la Combe des Mineurs :
cité ouvrière - 1826 - bâtiments inscrits à l'in-
ventaire des Monuments Historiques

Retour à la gare SNCF - TGV

1 JOUR

DÉPART DE F. 195 / PERS.

P R O G R A M M E

MONTCEAU-LES-MINES / PERRECY-LES-FORGES
MONT SAINT-VINCENT
MINE ET ART ROMAN

Arrivée à la gare SNCF - TGV LE CREUSOT / MONTCEAU /
MONTCHANIN

Accueil des participants
PETIT DEJEUNER

MATINÉE / MONTCEAU-LES-MINES

VISITE DU CENTRE GEOLOGIQUE DE LA PHYSIOPHILE

Formation de la houille
Collection de fossiles
Plan / Coupe sur verre

VISITE D'UNE CITE MINIERE

du lundi au vendredi inclus

VISITE DES HOUILLERES DE BLANZY

Présentation des installations et surface
du PUIITS DARCY
Présentation de l'exploitation minière à
ciel ouvert des FOUTHIAUX

les samedis et dimanches de Mai à Septembre

VISITE DU MUSEE DE LA MINE ET DES HOMMES

Reconstitution de l'ancien carreau du
PUIITS ST CLAUDE
Présentation des techniques traditionnelles
de l'exploitation de la houille
dans le bassin de Blanzay

DEJEUNER AU RESTAURANT

APRES-MIDI / PERRECY-LES-FORGES

Site des anciennes forges
Eglise romane XI / XIIème siècle
Exposition sur l'Art Roman
"Antenne de l'Ecomusée de la Communauté Urbaine"

/ MONT SAINT-VINCENT

Point culminant de la région

Eglise romane XIème siècle
Maisons XVIIème siècle

"LE GRENIER A SEL" : musée archéologique J. REGNIER

Retour à la gare SNCF - TGV

5 JOURS
PAYEUR DE F. 500 / PERS.

P R O G R A M M E

LE CREUSOT / ECUISSES
LE MONT BEUVRAY / AUTUN

Premier jour :

Arrivée à la gare SNCF - TGV LE CREUSOT / MONTCEAU / MONTCHANIN

Accueil des participants

PETIT DEJEUNER / INSTALLATION A L'HOTEL

MATINEE / LE CREUSOT

Au choix

VISITE DU CHATEAU DE LA VERRERIE
ancienne manufacture des cristaux de la Reine
Marie-Antoinette -1787- bâtiments classés Monu-
ments Historiques
L'ECOMUSEE DE LA COMMUNAUTE URSAINE
musée de l'Homme et de l'Industrie
LE PETIT THEATRE
ancien four de fusion du verre
VISITE DE LA PLAINE DES RIAUX
Site de la Fonderie Royale
Atelier des Grues et Locomotives

VISITE D'ENTREPRISE /
secteur métallurgique

A LA DEMANDE

(Sous réserve et uniquement en semaine)

DEJEUNER AU RESTAURANT

APRES-MIDI / LE CREUSOT

CIRCUIT : L'ESPACE INDUSTRIEL ET URBAIN
Lecture du Paysage depuis le belvédère de la
Route des Crêtes
L'habitat ouvrier : visite de la Combe des
Mineurs - cité ouvrière / 1825 - bâtiments
inscrits à l'inventaire des Monuments Histo-
riques

VISITE DU CHATEAU DE LA VERRERIE

- ECOMUSEE

- PETIT THEATRE

VISITE DE LA PLAINE DES RIAUX

- Site de la Fonderie Royale

- Atelier des Grues et Locomotives

CIRCUIT : L'ESPACE INDUSTRIEL ET URBAIN

- Lecture du Paysage

- Habitat ouvrier

ECUISSES /

VISITE DE LA MAISON DU CANAL

"maison de l'Ecomusée"

Exposition sur le Canal du Centre

. Canal de transit de la Saône à la Loire

. Canal industriel, facteur du développe-
ment industriel régional

Deuxième jour :

PETIT DEJEUNER A L'HOTEL

8 H 30 Départ de l'hôtel

MATINEE / EXCURSION AU MONT BEUVRAY

Présentation du site archéologique de Bibracte

DEJEUNER DANS UNE FERME-AUBERGE

APRES-MIDI / VISITE D'AUTUN

Circuit des Remparts

Cathédrale Saint Lazarre

Au choix :

. Muséum d'Histoire Naturelle

. Musée Rollin

Retour à la gare SNCF - TGV / LE CREUSOT / MONTCEAU / MONTCHANIN

CHEQUE DE LA VENTE - N° 1111
 7204 LE CREUSOT COMPT
 TA: 858040X0

BULLETIN D'INSCRIPTION
 A ADRESSER A
TOURISME INDUSTRIEL

Ce bulletin vous sera retourné dès enregistrement - Conditions Générales au dos -

Je soussigné,
 Souscrits aux Conditions Générales et les accepte en leur totalité.
 Fait à, _____ le,
 Signature du Responsable du Groupe,
 (précédée de la mention "lu et approuvé")

Réservé à **TOURISME INDUSTRIEL**

DATE D'INSCRIPTION :

Fait à, _____ le,
 Signature du Responsable T.I.

ORGANISME DE TOURISME AUTORISE PAR ARRÊTE PREFECTORAL
 SIRET 3312534700011 - CODE APE 9023

RAISON SOCIALE :

SIÈGE SOCIAL :

TELEPHONE :

NOM DU RESPONSABLE :

DOMICILE :

TELEPHONE :

CIRCUITS DEMANDES

1. LE CREUSOT 1 JOUR
 2. LE CREUSOT / MONTCEAU 1 JOUR
 3. MONTCEAU / FERRECY 1 JOUR
 4. LE CREUSOT / AUTUN 2 JOURS
- DATE RETENUE :
 HEURE D'ARRIVEE TGV :
 (Gare Le Creusot / Montchanin)

PRESTATIONS FOURNIES

Organisation des circuits
 Accompagnement de groupes
 Visites commentées
 Transport en autocar grand tourisme
 Petit Déjeuner
 Dîner au restaurant
 Demi-pension à l'hôtel
 (programme de 2 jours)

| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------|-----|-----|-----|-----|
| | F.F | F.F | F.F | F.F |
| De 25 à 29 pers. | 215 | 220 | 225 | 560 |
| De 30 à 35 pers. | 205 | 210 | 215 | 540 |
| De 36 à 40 pers. | 195 | 200 | 210 | 530 |
| De 41 à 45 pers. | 190 | 195 | 200 | 520 |
| De 46 à 50 pers. | 185 | 190 | 195 | 500 |

A NOTER :

Gratuité du Chef de Groupe
 Restent à votre charge :

 le transport SNCF, les boissons aux différents repas.

ACOMPTE

20 % du TOTAL, A LA COMMANDE
 Soit F. _____, par chèque à l'ordre de
 "TOURISME INDUSTRIEL"

C.C.P. N° _____
 C.C.D. N° _____

DOMICILIATION :

PAIEMENT

Le solde sera réglé dès réception de la facture (CF. Conditions Générales).

CONDITIONS GENERALES

INSCRIPTIONS

Les inscriptions sont à prendre à :
L'ASSOCIATION "TOURISME INDUSTRIEL"
Château de la Verrerie - B. P. 148
71204 LE CREUSOT CEDEX

TARIFS

Tarifs indicatifs établis à la date
du 01/10/1986.

Ils comprennent :

LES FRAIS D'ORGANISATION

/ Préparation des itinéraires

/ Réservations

LES FRAIS D'ACCOMPAGNEMENT

/ Mise à disposition d'accompagnateurs
"TOURISME INDUSTRIEL"

LES DROITS D'ENTREE DES LIEUX VISITES

TRANSPORT LOCAL EN AUTOCAR GRAND

TOURISME

LES PRESTATIONS HOTELIERES

LA T. V. A.

Ne sont pas compris :

LE TRANSPORT SNCF

LES BOISSONS

CONDITIONS DE PAIEMENT

20 % D'ACCOMPTE A LA COMMANDE

Le solde sera réglé par le groupe dès
réception de la facture. En cas
d'annulation de la part du groupe,
"TOURISME INDUSTRIEL" conservera l'a-
compte versé à la commande.

RESPONSABILITE

L'ASSOCIATION "TOURISME INDUSTRIEL"
décline toute responsabilité quant
aux modifications de programmes,
dues à des cas de forces majeures,
notamment dans le cas de visites
d'entreprises.

ASSURANCE

L'ASSOCIATION "TOURISME INDUSTRIEL"
a souscrit auprès de la M.A.I.F.,
un contrat d'assurance, police
N° 1460184M.

ATTENTION !

1/ Pour la bonne organisation des sé-
jours il est fortement conseillé de
s'inscrire au minimum 15 jours avant
la date d'arrivée du groupe.

2/ Toute annulation ou modification
quant au nombre de participants, de-
vra être communiquée par téléphone
et confirmée par écrit.

DEPENSES

RECETTES

| | | |
|--|----------------|----------------|
| - FRAIS DE PERSONNEL | 249 000 | 198 900 |
| • COORDINATION : 1 PLEIN TEMPS | 84 000 | 165 000 |
| • SECRETARIAT : 1 PLEIN TEMPS | 72 000 | 30 000 |
| • VACATIONS : 2 STAGES DE FORMATION | 10 000 | 45 000 |
| • CHARGES SOCIALES | 83 000 | 90 000 |
| - HONORAIRES COMPTABLE | 13 000 | 12 000 |
| - IMPOTS ET TAXES | 15 000 | 16 800 |
| - ASSURANCE : ACCOMPAGNATEURS, VISITEURS, ADMINISTRATEURS, PERSONNEL | 5 000 | 5 100 |
| - MISSIONS ET RECEPTIONS | 10 000 | 126 100 |
| - PUBLICITE : DEPLIANTS, AFFICHES, EXPOS, CAMPAGNE PROMOTIONNELLE | 100 000 | 10 000 |
| - LOYER | 15 000 | 10 000 |
| - TRANSPORTS ET DEPLACEMENTS AFFERENTS : PERSONNEL, MEMBRES ACTIFS, INTERVENANTS | 50 000 | 16 100 |
| - FRAIS DE PTT : MAILING | 65 000 | 10 000 |
| - FRAIS DE SECRETARIAT | 20 000 | 10 000 |
| - MATERIEL DE BUREAU | 13 000 | 70 000 |
| - DOCUMENTATION | 5 000 | 40 000 |
| - FRAIS FINANCIERS | 5 000 | 30 000 |
| | | 225 000 |
| | | 70 000 |
| | | 40 000 |
| | | 30 000 |
| | | 10 000 |
| | | 40 000 |
| | | 40 000 |
| | | 55 000 |
| TOTAL DEPENSES | 565 000 | 565 000 |

TOTAL DEPENSES

565 000

TOTAL RECETTES

565 000

ASSOCIATION COMMUNAUTAIRE DE DEVELOPPEMENT DU

TOURISME INDUSTRIEL

CHATEAU DE LA VERRERIE - BP 149

71204 LE CREUSOT Cédex

Té: 85.80.4090

S I T U A T I O N A U 3 1 . 1 2 . 1 9 8 6

(P O U R L A P E R I O D E D U 1 / 1 / 1 9 8 6 A U 3 1 / 1 2 / 1 9 8 6)

TOURISME INDUSTRIEL

RECETTES
(selon détail ci-après)

| | <u>1985</u> | <u>1986</u> |
|---------------------|-------------|-------------|
| Ressources propres | 38 336 | 68 480 |
| SUBVENTIONS : | | |
| Collectivités Terr. | 96 500 | 98 220 |
| Ministères | 220 000 | 67 000 |
| Ressources Diverses | 9 785 | 1 669 |
| | <hr/> | <hr/> |
| T O T A L | 364 621 | 235 369 |
| | ===== | ===== |

TOURISME INDUSTRIEL

RESSOURCES PROPRES

| | <u>1985</u> | <u>1986</u> |
|-----------------------|-------------|-------------|
| Service Accomp. Retr. | 5 765 | 24 686 |
| " C.E. | 1 514 | 1 805 |
| " Scol. | 27 566 | 31 951 |
| " Groupes Etudes | 3 421 | 8 463 |
| Divers | 70 | 1 575 |
| | <hr/> | <hr/> |
| T O T A L | 38 336 | 68 480 |
| | <hr/> <hr/> | |

TOURISME INDUSTRIELDETAIL DES RECETTES

| <u>COLLECTIVITES TERRITORIALES</u> | | <u>1985</u> | | <u>1986</u> | |
|------------------------------------|--------|---------------|--------|---------------|--|
| U.C.M. | | 10 000 | | 10 000 | |
| COMMUNES : | | 26 500 | | 27 820 | |
| Le Creusot | 10 000 | - | 10 000 | | |
| Montceau | 10 000 | - | 10 000 | | |
| Blanzay | 2 000 | - | 2 100 | | |
| Le Breuil | 1 000 | - | 1 000 | | |
| Ciry-Le-Noble | 400 | - | 420 | | |
| Montchanin | 500 | - | 500 | | |
| Perrechy-Les-Forges | 250 | - | 250 | | |
| Pouilloux | 150 | - | 150 | | |
| St-Bérain-sous-Sanvignes | 200 | - | 200 | | |
| St-Eusèbe | 200 | - | 200 | | |
| Sanvignes | 1 800 | - | 1 800 | | |
| Torcy | - | - | 1 000 | | |
| Ecuisses | - | - | 200 | | |
| CONSEIL GENERAL | - | 10 000 | | 10 400 | |
| CONSEIL REGIONAL | - | <u>50 000</u> | | <u>50 000</u> | |
| TOTAL SUBVENTIONS COLLECTIVITES | 26 500 | 96 500 | | 98 220 | |

TOURISME INDUSTRIEL

MINISTERES

| | <u>1985</u> | <u>1986</u> |
|------------------------------|-------------|-------------|
| CULTURE D.D.C. | 100 000 | - |
| - Formation | 40 000 | |
| - Diffusion Sociale | 60 000 | |
| - Tourisme | - | 40 000 |
| DRAC | 30 000 | 17 000 |
| TRAVAIL : EIL | 40 000 | - |
| PERSONNES AGEES (Notifiée) | 50 000 | - |
| JEUNESSES ET SPORTS | - | 10 000 |
| | <hr/> | <hr/> |
| TOTAL SUBVENTIONS MINISTERES | 220 000 | 67 000 |
| TVA S/SUBVENTIONS MINISTERES | | - 4 383 |
| | | <hr/> |
| T O T A L | | 62 617 |
| ===== | | |

TOURISME INDUSTRIEL

AUTRES RESSOURCES

| | <u>1985</u> | <u>1986</u> |
|---------------------------------------|-------------|-------------|
| Cotisations membres actifs année 1985 | 350 | 440 |
| Intérêts bancaires s/compte à terme | 9 435 | 1 229 |
| | — | — |
| TOTAL AUTRES RESSOURCES | 9 785 | 1 669 |
| | ----- | ----- |

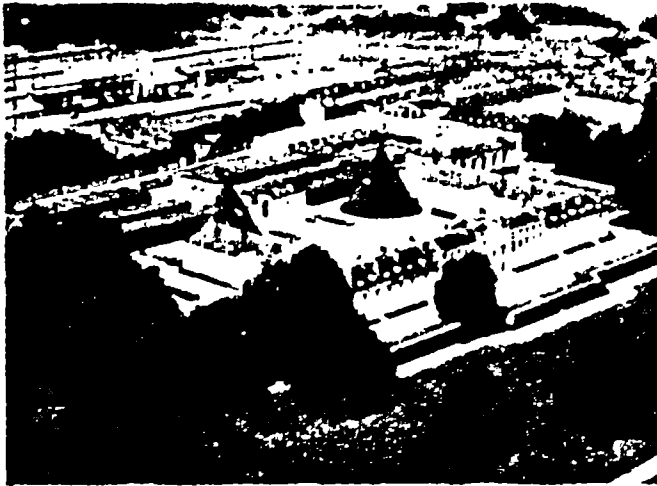
TOURISME INDUSTRIELDETAIL DES CHARGES D'EXPLOITATIONS

| | <u>1985</u> | <u>1986</u> |
|--|----------------|----------------|
| <u>ACHATS FOURNITURES -</u> | 19 735 | 12 429 |
| Petites fournitures d'équipement | 1 613 | 612 |
| Fournitures Administratives | 16 561 | 11 612 |
| Autres fournitures diverses | 1 561 | 205 |
| <u>SERVICES EXTERIEURS -</u> | 133 188 | 86 959 |
| Annonces insertion | | 875 |
| Locations cars | 972 | |
| Entretien réparations s/biens mobi. | 1 850 | 2 050 |
| Primes d'assurances | 10 287 | 5 340 |
| Documentation et Formation | 3 976 | 5 279 |
| Déplacements personnel | 12 072 | 3 684 |
| - membres actifs | 9 626 | 98 |
| - intervenants | 2 469 | 122 |
| - accompagnements | 6 498 | 6 142 |
| Autres déplacements | 4 328 | 6 022 |
| Frais colloques séminaires | 865 | 421 |
| Assemblées, Réceptions | 9 526 | 597 |
| Honoraires | 15 499 | 7 750 |
| Divers autres serv. Ex. (entrée Musée) | 1 375 | 7 328 |
| Foires, expositions | 3 437 | 24 082 |
| Dépliants, affiches | 27 890 | - |
| Frais postaux | 7 554 | 9 903 |
| Téléphone | 11 964 | 7 266 |
| Impôts et Taxes | 3 000 | |
| <u>FRAIS DE PERSONNEL -</u> | 218 788 | 135 948 |
| Salaires et appointements (nets) | 131 745 | 92 261 |
| Charges sociales | 87 043 | 43 687 |
| <u>DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS -</u> | 2 287 | 7 109 |
| | | <u>7 109</u> |
| T O T A L | 373 998 | 242 445 |
| V.A. collectée s/subven. perçues | 23 853 | 15 288 |
| T O T A U X | 397 851 | 257 733 |

COMPTE DE RESULTAT

1986

| | | | | |
|---------------------|---------|--------------------------------------|--------|----------------|
| RES D'EXPLOITATIONS | 242 445 | RESSOURCES PROPRES (selon détail) | 68 480 | - |
| UBV. COLLECTEE | 15 288 | MINISTERES | 67 000 | - |
| - | - | COLLECTIVITES TERRITOR. | 98 220 | - |
| | | T O T A L RESSOURCES | <hr/> | 233 700 |
| C O S | 53 | COT. MEMBRES ACTIFS | 440 | |
| | | INTERETS BANCAIRES | 1 229 | |
| | | T O T A L Autres Ressour. | <hr/> | 1 669 |
| IONS PROVISIONS | 25 000 | REPRISE S/PROVISIONS | | 68 000 |
| C (DEPLIANTS) | | CHARGES RELATIVES A | | |
| C (FOIRES) | | OPERATIONS S/EX. ANT. | | 1 344 |
| TAT S/EXERCICE | 21 897 | | - | - |
| | <hr/> | | | <hr/> |
| T O T A U X | 304 683 | | | <u>304 683</u> |



Le Creusot

Montceau-les-Mines

Des pré-retraités seront les guides d'un nouveau tourisme... industriel

DEPUIS 5 à 6 ans, un effort important a été porté sur le développement du tourisme en milieu rural. Une mutation essentielle dans le domaine touristique est en passe de naître. Moteur de celle-ci : la volonté nationale de mettre en valeur le patrimoine industriel du pays. Aux premières loges de ce phénomène : la Communauté Urbaine Le Creusot-Montceau-les-Mines (Saône-et-Loire), et plus particulièrement une association, Creusot Promotion, avec un projet qui lie tourisme, social, économie.

Un modèle

La Communauté Urbaine sera une base d'expérimentation. Elle est par son histoire, un modèle. Dans un espace restreint, elle présente toutes les caractéristiques et spécificités de la révolution industrielle de la fin du 19^e siècle. Au Creusot, la dynastie des Schneider et la sidérurgie placent cette ville-industrie au premier plan européen. L'extraordinaire expansion du groupe des Schneider conditionne l'architecture industrielle, l'urbanisme et l'organisation sociale du Creusot. Innovant dans d'innombrables domaines : premier atelier des grues et locomotives, première cité ouvrière

re « La Combe des Mineurs », le marteau-pilon de Bourdon, le plus performant du monde, symbole de la ville, la « grosse forge », modèle d'architecture industrielle qui servit à la construction de la gare d'Austerlitz à Paris, etc...

Une politique identique s'exerce à 15 km, à Montceau-les-Mines, avec la famille Chagot. Elle exploite les mines, transforme le paysage rural en paysage minier. Les cités-jardins, avec maisons basses et petit terrain poussaient comme des champignons autour des puits. A Blanzay, le puits Saint-Claude a été rénové par une association d'anciens mineurs.

L'Ecomusée du Creusot s'attache depuis 10 ans à sauvegarder et à faire connaître le patrimoine industriel. Des antennes sur tout le territoire communautaire ont été ouvertes : « Cent ans d'école » à Montceau-les-Mines, « La Maison du canal » (ancienne maison éclusière) à Ecuisses sur les anciennes tuileries de Montchanin qui jalonnent le canal du Centre.

Mémoire ouvrière

Creusot-Promotion, et plus particulièrement Myriam Clément, auteur du

projet, s'appuie sur la richesse du patrimoine communautaire. L'idée novatrice, qui en fait une expérience nationale, est l'utilisation de la mémoire ouvrière, par le biais des pré-retraités, en tant que guides. Ces derniers sont porteurs d'un savoir et d'une mémoire encore fraîche sur leur travail et l'histoire de leur région. Ce sont eux les plus qualifiés pour parler de l'évolution de leur usine et de leur ville. Cette innovation a également un caractère social qui a retenu l'attention de six ministères. Elle permettra aux pré-retraités de rester en contact avec la vie active.

L'opération a aussi un volet économique important. Elle est vouée d'ici un an quand elle entrera dans sa phase active à prendre son autonomie, par rapport à Creusot Promotion et aux ministères. Une structure sera constituée sous forme d'une association Loi 1901. Elle devra s'auto-financer, par ses prestations.

Si le tourisme industriel est celui de l'avenir, comme le pensent les professionnels, un nouveau marché sera créé. Hôtels, restaurants, cafés, les commerçants, artisans de vivre, les seront concernés sans être un palliatif à la crise de la

sidérurgie et du charbon, le tourisme industriel sera créateur d'une activité économique.

Jean-Philippe AURAY ■

Nos photos

Le château de la Verrerie était à l'origine une usine de la Manufacture des Cristaux de la reine Marie-Antoinette. Il devint en 1836 la résidence de la famille Schneider avant d'être le siège de la Communauté urbaine et de l'Ecomusée.

La Combe des Mineurs, cité ouvrière construite en 1876. C'est la plus ancienne construction après le château de la Verrerie et elle constitue un témoignage important dans l'histoire du logement ouvrier.

Photos : Ecomusée du Creusot.

Prochain article demain : « On attend 100 000 visiteurs dans 3 ans ».

Le 17 Mai 1986

Association Communautaire
de Développement du
TOURISME INDUSTRIEL
CHATEAU DE LA Verrerie
71200 LE CREUSOT

Messieurs,

Nous venons vous remercier pour l'excellent accueil que nous avons reçu dans votre ville.

Nous remercions particulièrement les deux hôteses qui nous ont accompagné tout au long de cette journée, qui nous a fait découvrir LE CREUSOT sous un angle bien différent de ce que nous l'imaginions. Nous espérons que votre action en faveur de la promotion de votre ville dans un but touristique prendra de l'ampleur au fil des années, et que bien d'autres groupes, sans parler des touristes privés, apprécieront le formidable travail de reconstitution des maquettes, des photos de l'évolution de votre ville durant ces deux siècles.

Nous nous ferons un plaisir d'en parler autour de nous pour vous faire connaître, et essayerons de vous envoyer des visiteurs.

La seule suggestion que nous pourrions vous faire est que le temps consacré à la Visite totale du chateau de la Verrerie soit prolongée, pour bien apprécier par un temps suffisant les maquettes et photos, quitte à diminuer le temps pour la visite de la ville, puisque de la route des Crêtes, on a une vue d'ensemble parfaite. Mais par ailleurs, la promenade de l'après-midi, avec la vue sur les écluses, et la visite de la Maison de l'éclusier, était très complète.

Nous gardons donc un très bon souvenir de votre ville et de votre travail, et vous adressons, avec nos remerciements, l'expression de nos meilleurs sentiments.

Pour le groupe
La Secrétaire,

M. C. Elias

17 JUL 1986

11 Juillet 1986

Réf. :
T/220/C

Messieurs,

Comme convenu, voici nos observations suite à notre visite du Creusot et de l'Ecomusée le 27 Mai 1986.

Les jeunes ne connaissaient ni le Creusot, ni le monde industriel, ni la famille SHNEIDER.

Il nous semble donc que pour une meilleure compréhension et surtout une assimilation plus rapide, il aurait fallu dès le départ :

- présenter la famille SHNEIDER,
- définir le mot "sidérurgie" dont la signification n'était pas évidente pour tous.


Mis à part ces points de forme, la visite et vos commentaires ont vivement intéressés les élèves. En effet, il ont découvert une vie qu'ils ne connaissaient pas du tout : "l'Industrie".

Ils sont revenus en se posant des questions, en réfléchissant au passé, à ce qui était "moderne" 100 ans en arrière et qui leur paraît rudimentaire aujourd'hui... Sur ces points la façon dont vous leur avez transmis votre expérience ou connaissance de ce milieu est essentielle.

Nous joignons à cette lettre la copie d'un compte-rendu réalisé par un élève. Nous pensons qu'il retrace l'essentiel des découvertes de la journée et souhaitons qu'il ne contienne pas trop d'inexactitudes.

Nous vous remercions pour votre chaleureux accueil et vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos respectueuses salutations.

P. TRENEL et A. DUMAITRE.



Monitrices.



Institut supérieur
d'études appliquées
du tourisme et des loisirs

établissement privé
d'enseignement
technique
supérieur

20 DEC. 1985

Mademoiselle Myriam CLEMENT
CHATEAU DE LA VERRERIE
BP 148

71204 LE CREUSOT CEDEX

le 19 décembre 1985

Mademoiselle,

Je tiens à vous remercier de l'accueil que vous avez bien voulu nous réserver lors de notre visite du 17 dernier.

Votre exposé sur le tourisme industriel a particulièrement intéressé nos élèves qui ont ainsi découvert un secteur d'activités touristiques souvent méconnu.

La visite des sites et de l'écomusée a également retenu l'attention du groupe entier et je vous prie de bien vouloir être notre interprète auprès de tous les guides, qui ont su, grâce à leur compétence et leur amabilité animer cette visite et nous faire aimer le Creusot.

En espérant renouveler ce voyage l'année prochaine, je vous prie d'agréer, Mademoiselle, l'expression de mes sentiments distingués.

La Directrice de l'I.T.L

S. GUIMBAUD

Voyage du 17 décembre 85.

GRUPE ÉCOLE DES CADRES



Mutuelle Générale de l'Éducation Nationale

CLUB DES RETRAITÉS -

14 AVR. 1986

le 8 avril 86

Je vous prie de nous excuser de ces quelques jours de retard dans le règlement de notre dû, notre trésorière ayant été absente durant la semaine écoulée.

J'en profite pour vous renouveler toute notre gratitude pour les deux très intéressantes journées que nous avons passées dans votre région.

Puisque vous souhaitez que nous en dressions un bilan, voici en toute honnêteté ce que nous avons ressenti :

- Nous avons particulièrement apprécié :

- x l'empraisement dans nos relations par lettres ou Téléphone.
- x la qualité de l'accueil,
- x la qualité de l'hébergement et de la restauration (les 2 jours),
- x la documentation que vous nous avez fournie,
- x les commentaires de tous nos "guides" qui ont su nous faire découvrir des aspects insuffisamment connus de la structure socio-économique présente et passée -

En ce qui concerne les programmes, nous les avons trouvés très denses et variés - Celui du Crinnet fait met en valeur l'activité passée et le déclin de la grosse industrie du site - Ses formes actuelles ont été moins sensibles dans la mesure où il n'est pas facile de les approcher en cours de travail - Peut-être arriveriez vous à inclure quelques

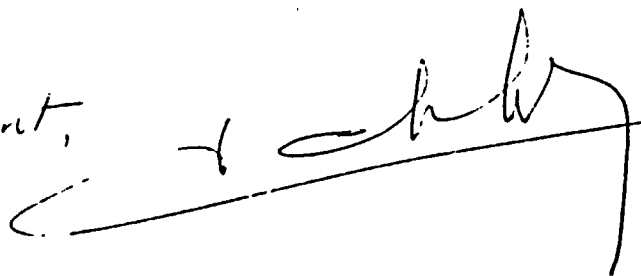
analyses d'entreprises significatives -

Pour la journée de Monceau et de ses environs, la visite de la mine qui ferme a apporté une note dramatique - involontaire, hélas - les mines de Blaisy (Fouchiaux) forment un spectacle extraordinaire, tandis que les visites de Ferrucy et de Mont-Si-Vincent apportent un contrepoint "touristique" intéressant - Nous aurions sans doute aimé profiter plus à fond de ce site (dont certains détails ont dû être élagués), même au prix de l'élimination de la visite de la cave coopérative de Genouilly - En effet l'activité vinicole de la région est loin d'être fondamentale - dans la région, même si la structure coopérative présente un certain intérêt, (suffisamment souligné) - Je me montre là un peu sévère, mais peut-être n'est-ce que le résultat du fait que nous venions d'une autre région de Bourgogne auprès de laquelle la viticulture de Genouilly ne souffre pas la comparaison ni en importance, ni en équipements, ni en qualité -

Un ensemble extrêmement positif par conséquent et nous ne pouvons que féliciter et encourager votre équipe dynamique dans la tâche qu'elle a entreprise

Dans l'espoir de nous rencontrer encore, veuillez croire à l'expression de nos sentiments les meilleurs

Le président,



CONVENTION ENTRE LE CRATerre, L'EAG ET L'ECOMUSEE NORD-DAUPHINE

Une collaboration s'est établie, au cours de ces deux dernières années, dans le domaine de la promotion de l'Architecture de Terre, entre le CRATerre, l'Ecole d'Architecture de Grenoble et l'Ecomusée Nord-Dauphiné. Les organismes regroupent un ensemble de chercheurs, enseignants, techniciens et une infrastructure matérielle qui laissent augurer un développement fructueux de leur collaboration.

Leur complémentarité permet de lancer et de développer des projets difficilement accessibles à chacun d'eux individuellement dans le domaine technique et architectural, scientifique et culturel.

CONVENTION

Entre :

- Le Centre de Recherche et d'Application Terre, (CRATerre), représenté par son Président, M. Patrice DOAT ;

- L'Ecole d'Architecture de Grenoble, représentée par son Directeur, M. Pierre MIGNOTTE.

Et :

- L'Ecomusée Nord-Dauphiné, représenté par son Président, M. Robert BLANC-MARREL.

OBJECTIFS

Développer des actions d'études, de recherche, de formation, de promotion, de communication, d'édition de produits relatifs au domaine d'intérêt des Architectures de Terre et plus particulièrement :

- Intensifier, faciliter et coordonner les échanges d'informations, de moyens en personnel et matériel, et de résultats ;

- Répondre à des appels d'offres d'études, de recherche et de formation ;

- Organiser des rencontres, séminaires et colloques, publier et éditer des documents techniques, scientifiques et culturels ;

- Organiser des actions de communications du patrimoine en terre à partir d'actions muséographiques (expositions, par exemple), touristiques (circuits de découverte du patrimoine, par exemple), pédagogiques (classes du patrimoine, par exemple) et de publications (édition de plaquettes, de bulletins, d'ouvrages, par exemple).

Les autorités des organismes concernés, encourageront leur collaboration mutuelle.

L'accord établi n'implique pas pour l'un ou l'autre des organismes, l'obligation de prendre en charge financièrement l'exécution des programmes liés à la présente convention. Toutefois, ils appuieront les démarches engagées pour la recherche de financements

Cet accord entrera en vigueur immédiatement après signature par les représentants qualifiés des organismes. Il est établi pour une durée de trois ans et renouvelable par tacite reconduction.

APPORTS

- Le CRATerre apporte sa compétence dans le domaine de la recherche technique et architecturale concernant l'Architecture et les constructions en terre, notamment en ce qui concerne sa connaissance des techniques et des patrimoines bâtis au plan régional, national et international.

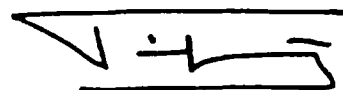
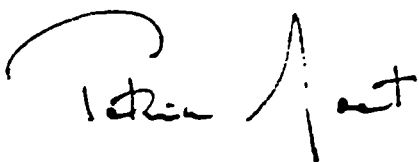
- L'EAG apporte ses compétences dans le domaine de la formation spécialisée sur la construction et l'Architecture en terre.

- L'Ecomusée Nord-Dauphiné apporte ses compétences en matière de recherche, d'animation, de mise en valeur, de promotion et de communication du patrimoine et sur les aspects relatifs aux collections d'objets, recueils de textes et mémoire des savoir-faire.

Fait à Grenoble, le 30 avril 1987

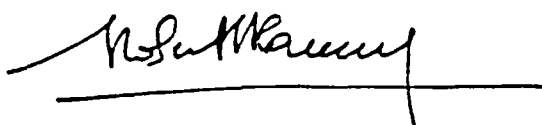
Le Président du CRATerre

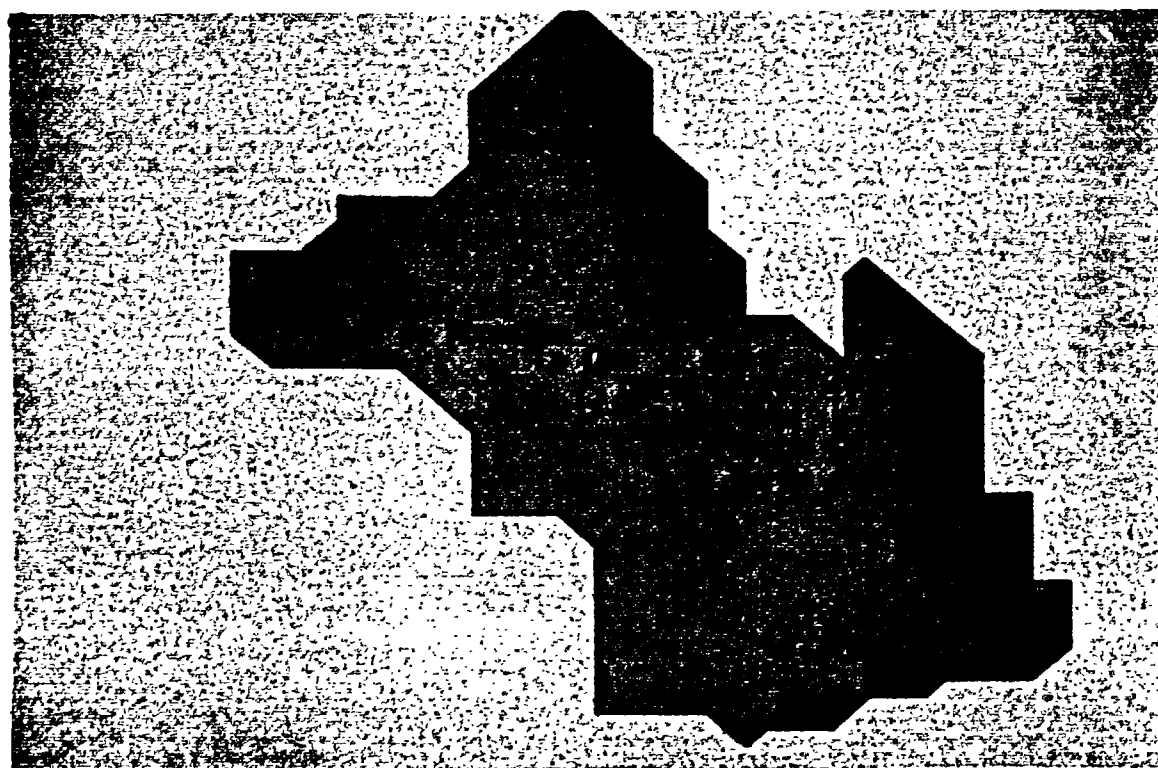
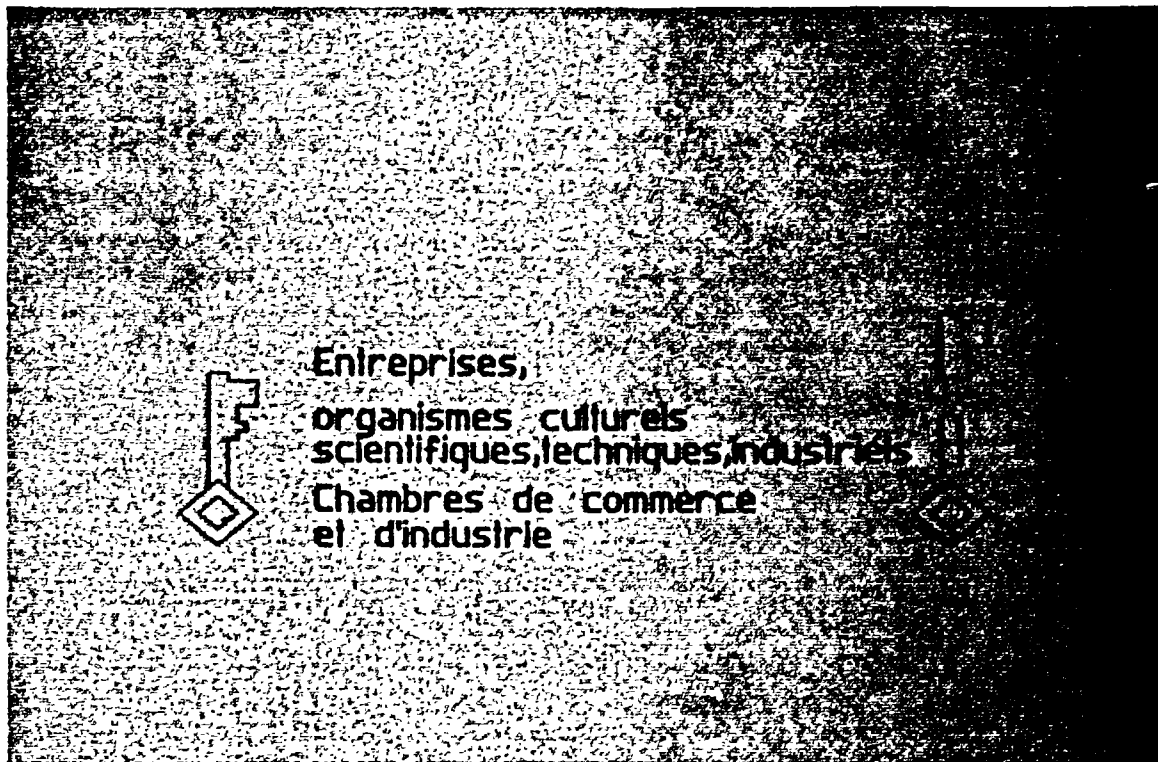
Le Directeur de l'EAG

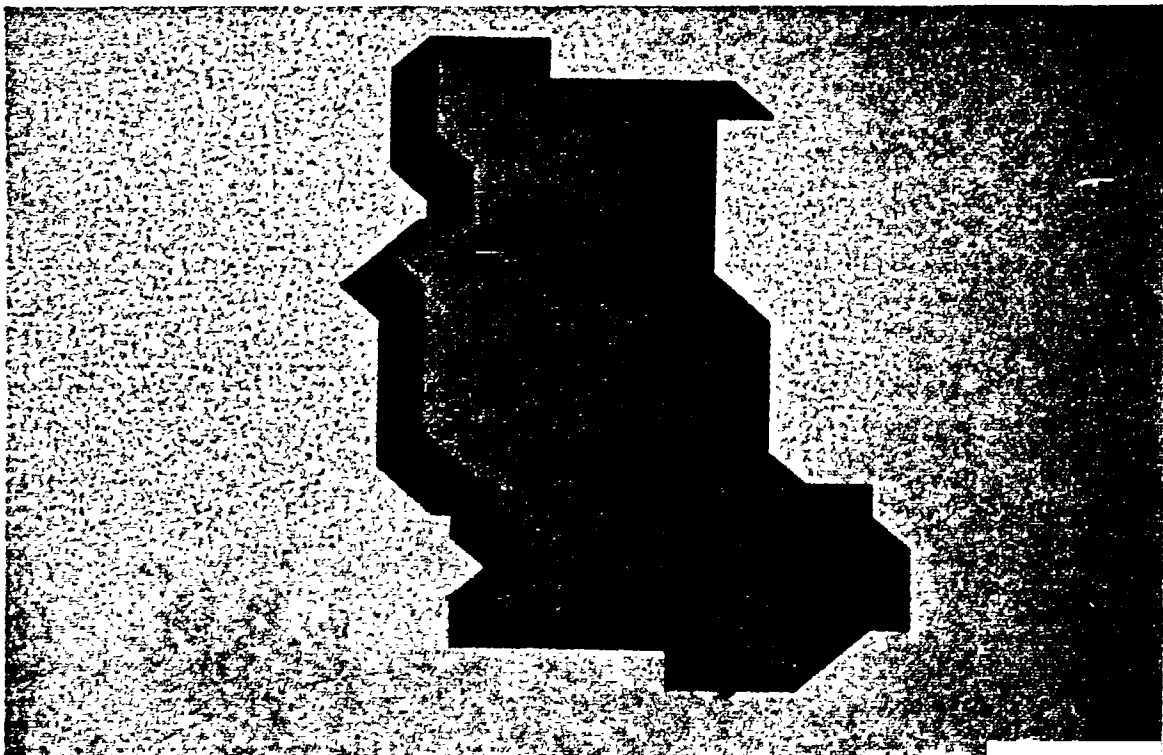
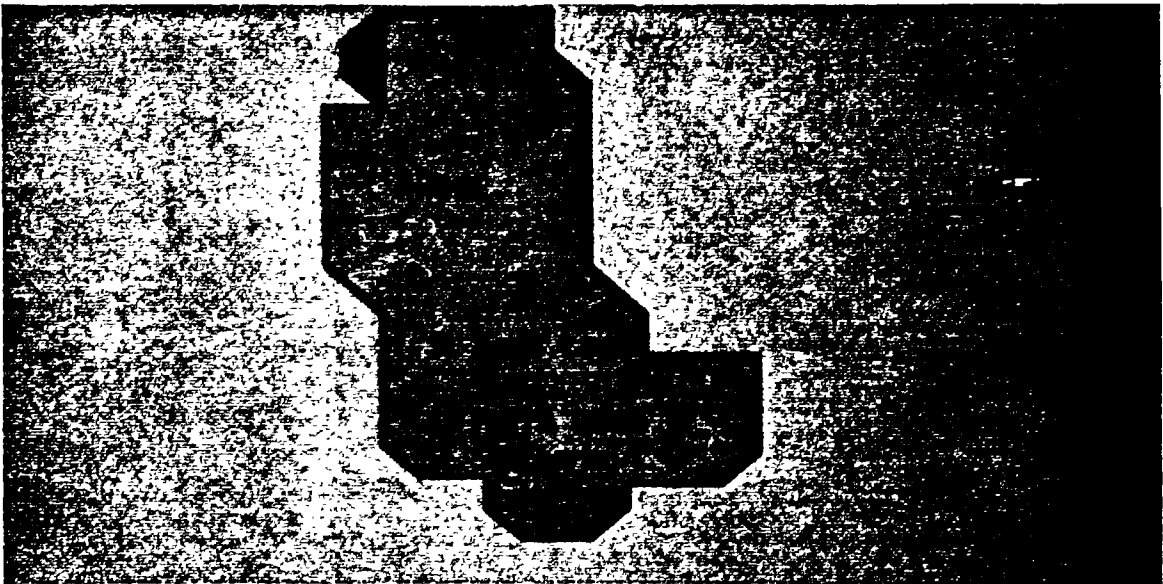
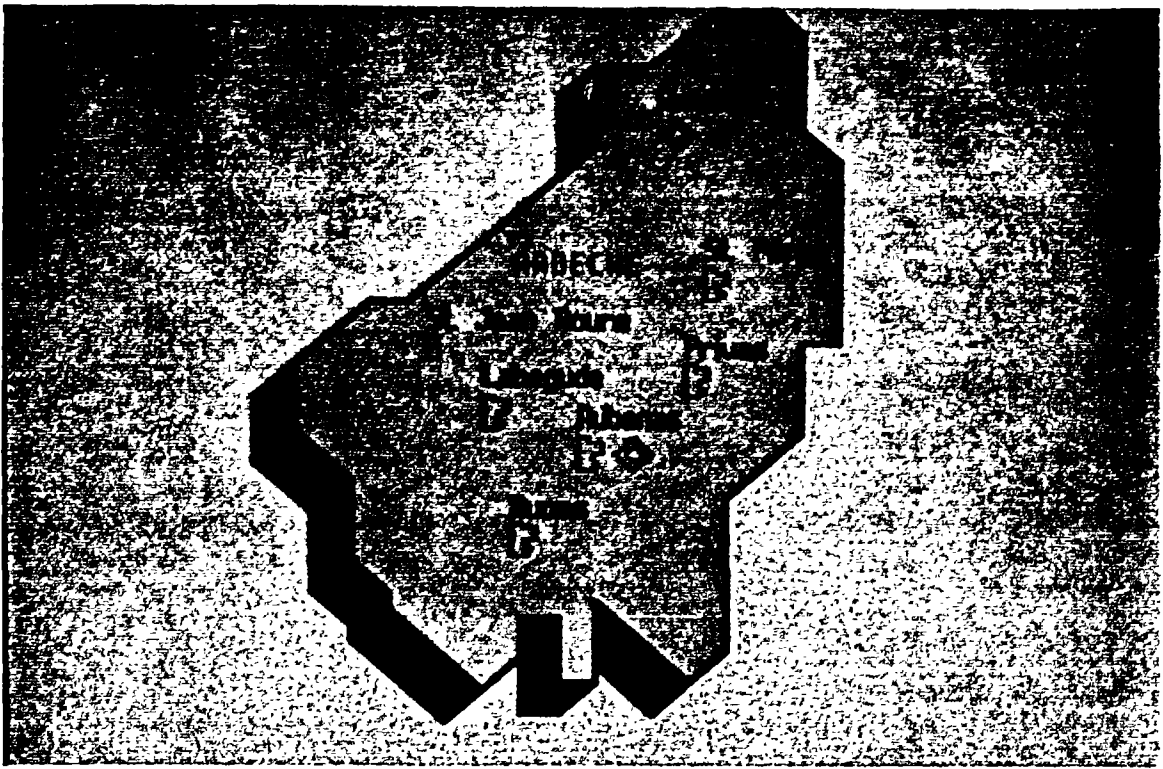


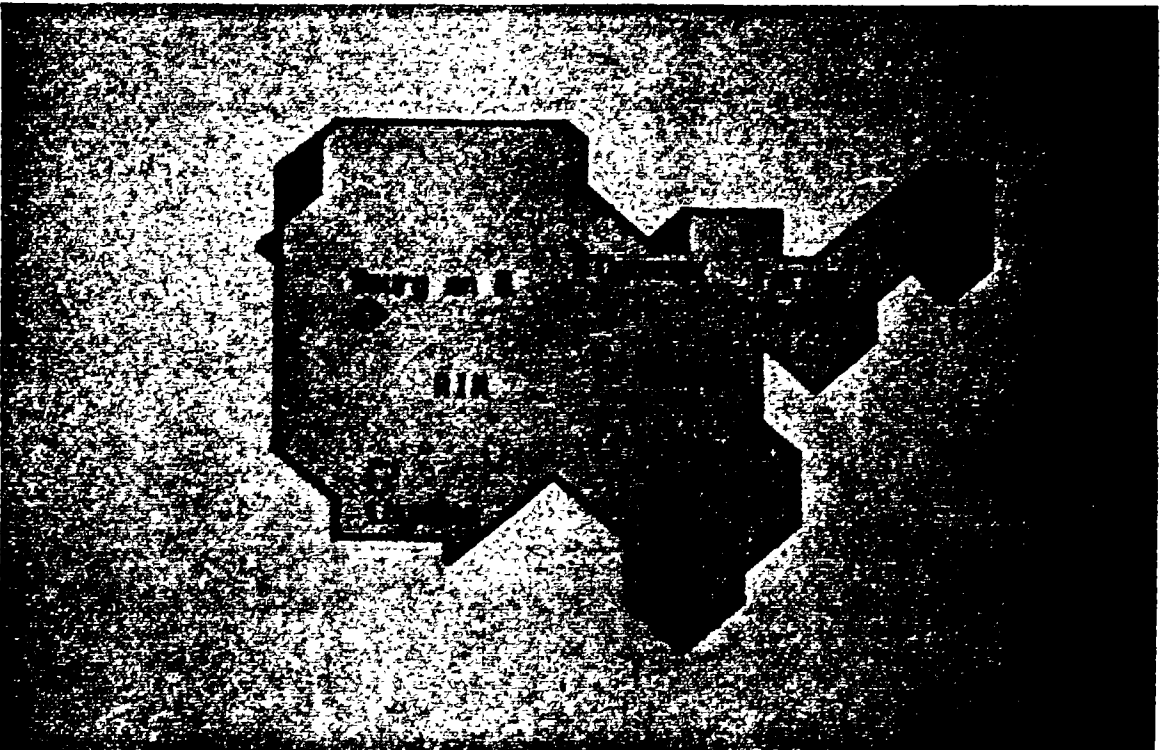
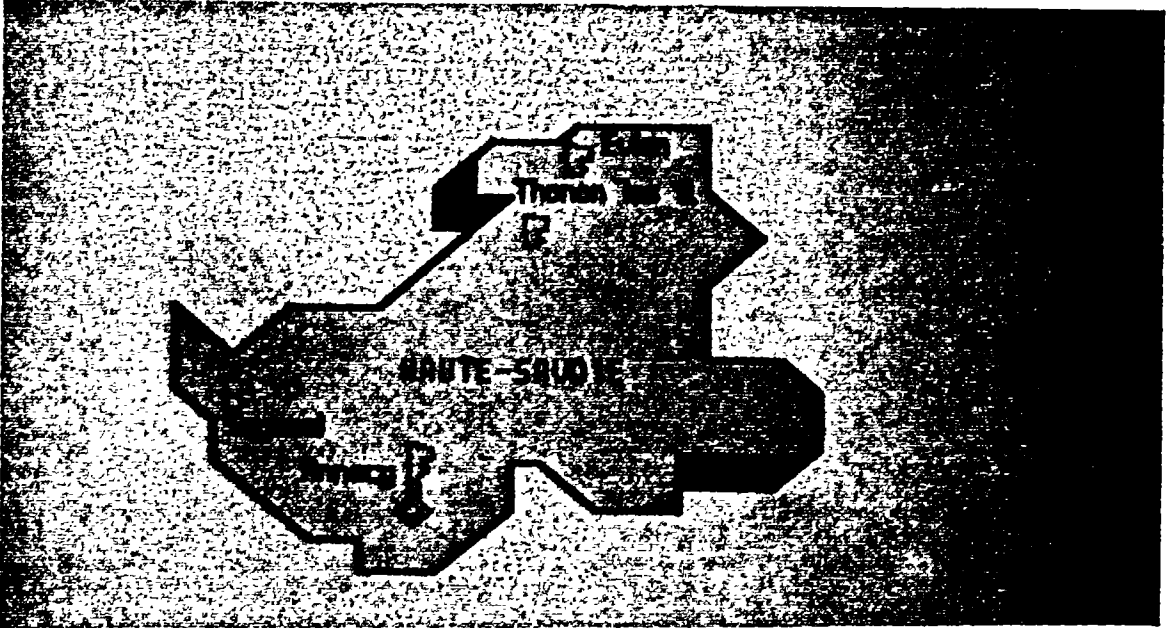
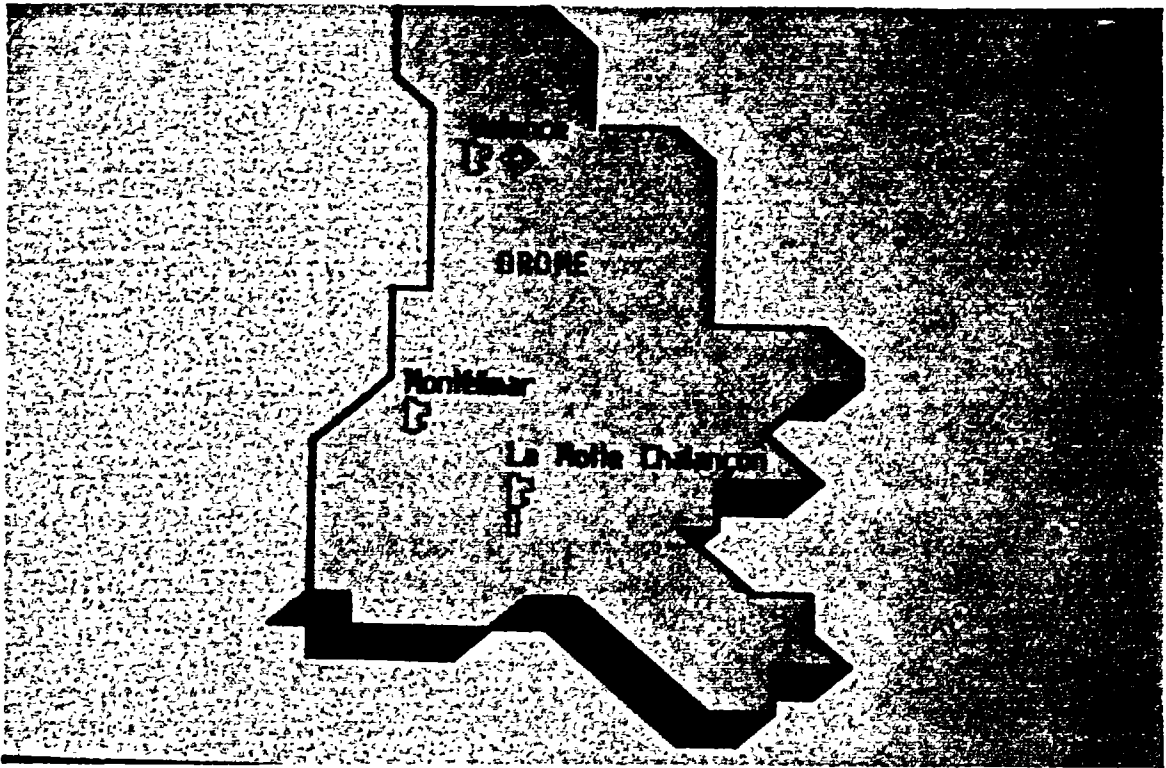
Fait à Villefontaine, le

Le Président de l'Ecomusée Nord-Dauphiné









Année Internationale du Logement des Sans-Abri



1986-1987

A l'Isle d'Abeau : le Domaine de la Terre

Le projet du « Domaine de la Terre », achevé fin 1985, en France, (à proximité de Lyon), est le couronnement d'une idée qui fait son chemin depuis la fin des années soixante-dix ; l'idée de construire à nouveau en terre crue. Avec ce projet d'habitat social, un matériau ancien et oublié redonne des preuves actuelles de sa pertinence technologique et de ses potentialités architecturales.

Le projet a contribué :

— à nourrir un débat social et culturel en faveur d'un renouveau des architectures de terre,

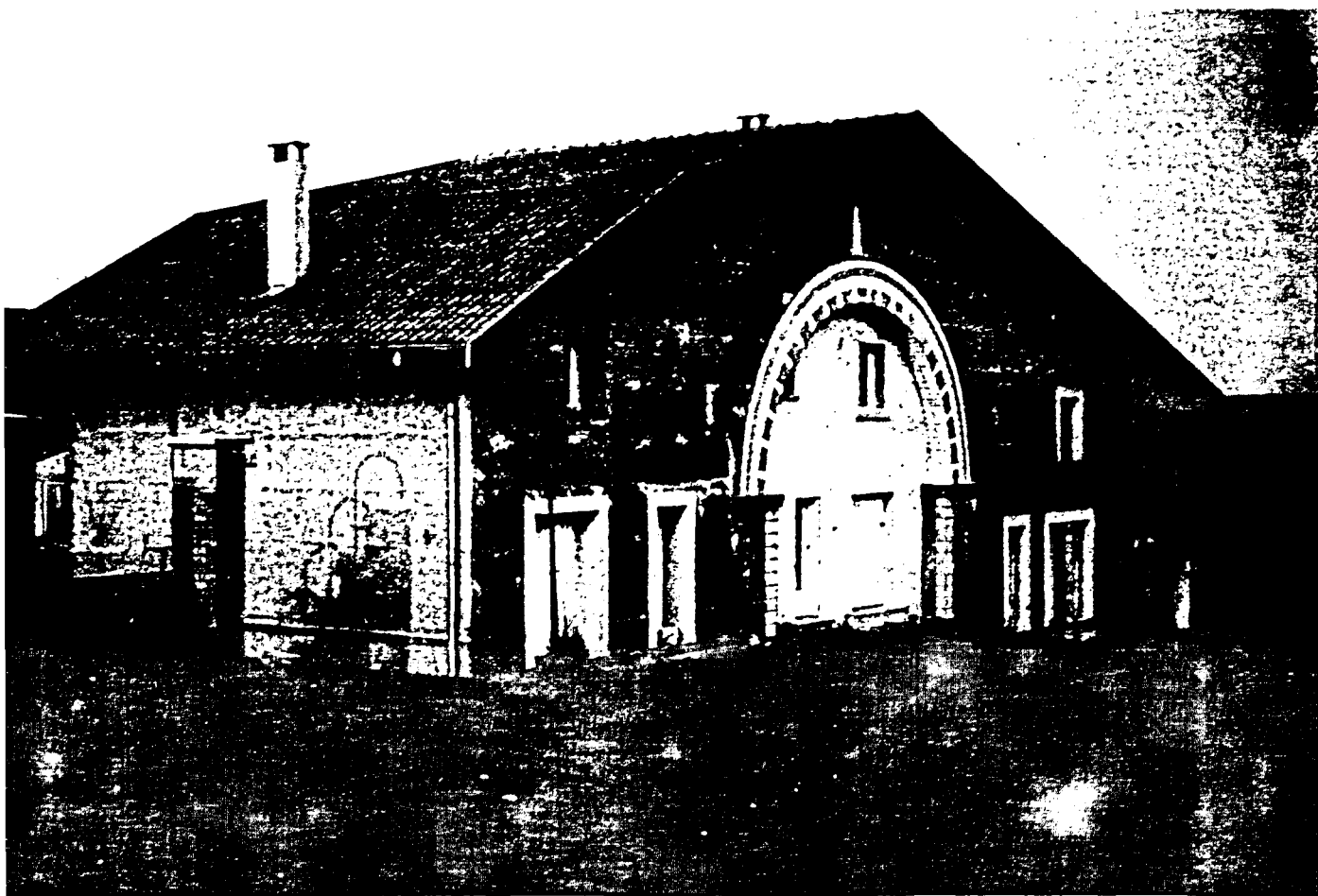
— à stimuler les développements de la recherche scientifique et technique, sur le matériau, sur les modes de production et de construction, sur la conception architecturale.

— à inciter la mise en place de structures de production et de commercialisation et le lancement de matériels de production,

— à assurer les bases d'une véritable « filière terre » rassemblant les compétences aux différents niveaux d'une chaîne de production globale, depuis l'exploitation du matériau jusqu'à sa mise en œuvre,

— à susciter un réel intérêt chez les décideurs politiques, en France, et à l'étranger (Europe, Tiers-Monde), grâce aux nombreuses délégations venues visiter l'opération.

Le projet du « Domaine de la Terre » n'interpelle pas seulement les pays du Nord, soucieux de produire des logements moins coûteux en énergies et mieux adaptés à leurs environnements. Il concerne aussi les pays du Sud qui affrontent un défi sans précédent dans leur histoire : celui du logement économique pour le plus grand nombre.



Les Nations-Unies ont décidé que 1987 serait l'Année Internationale du Logement des Sans-Abri. A cette occasion sont présentés les enseignements de projets visant à améliorer les conditions de logement des personnes défavorisées.

Histoire du projet et choix d'un site

Les premières étapes d'une réactualisation de la construction en terre, en France, étaient initiées en 1976. A cette époque, le Plan Construction, organisme interministériel dont la mission est de stimuler la recherche et l'expérimentation dans la construction, et particulièrement dans l'habitat, finance une expérimentation de construction en pisé, sur la commune de Vignieu, en Isère. Cette première opération expérimentale, qui se situe dans le contexte régional Rhône-Alpes, est réalisée par une équipe de jeunes architectes issus de l'Ecole d'Architecture de Grenoble. Certains des membres de cette équipe lyonnaise allaient fonder, en 1979, le Centre de Recherche et d'Application en Terre (CRATerre) qui a depuis lors acquis une reconnaissance internationale par ses recherches et publications, ses applications sur projets réels et actions de formation professionnelle et universitaire. A partir de 1979 et tout au long des années 80, le Plan Construction finance plusieurs recherches sur la construction en terre, développe son soutien aux travaux de laboratoires, écoles d'architecture et d'ingénieurs, lance des projets expérimentaux en collaboration avec des institutions de pays en développement, dans le cadre du programme interministériel REXCOOP (Recherches Expérimentales en Coopération), inauguré en 1981. Cette même

année, le CRATerre se voit confier la définition des voies de la recherche en terre qui pose les priorités de programmes à développer et qui fonde les bases d'organisation d'une véritable « filiale terre » française. D'autres organismes, tels la Direction de l'Architecture, soutiennent le développement d'un programme de recherches architecturales (études sur le patrimoine et les techniques, règles de la conception architecturale) dans des écoles d'architecture motivées (Grenoble, Saint-Etienne). C'est dans ce contexte actif qu'intervient en 1981 un événement de grande portée culturelle et médiatique. Le Centre de Création Industrielle (CCI) du Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou (Centre Beaubourg - Paris), organise une grande exposition internationale dont le thème central est l'histoire, l'actualité et l'avenir des architectures de terre. Parallèlement à cette exposition, qui a depuis lors connu une itinérance dans plusieurs pays du Nord et du Sud, apparaît l'idée de réaliser un quartier expérimental d'habitat construit en terre crue. Cette idée d'un projet réel, en vraie grandeur, sera destinée à prouver, dans le cadre des réalités actuelles, sociales et culturelles, techniques et économiques, juridiques, que l'on peut ré-actualiser les traditions populaires et savantes de la construction en terre en leur associant des connaissances, des techniques et un savoir-faire nouveaux. Cette vocation essentielle du

projet induit le choix d'une implantation devant répondre à plusieurs volontés. Tout d'abord, la volonté d'inscrire la modernité de ce projet dans une région de France généreusement dotée d'un patrimoine d'architectures en terre aussi riche que divers, cela afin d'assurer une continuité historique entre les traditions et la modernité. Profiter de cette opération pour fédérer un peu plus les équipes et les institutions qui ont déjà contribué à installer un pôle fort de compétences régionales dans le secteur de la construction moderne en terre. Enfin, inscrire le projet dans le cadre d'une grande opération d'aménagement régional. Cette logique multiple désignait très directement la région Rhône-Alpes et la Ville Nouvelle de l'Isle d'Abeau, située à 30 km au Sud-Est de Lyon, métropole régionale, qui allaient accueillir le projet du « Domaine de la Terre ».

Le projet est finalement implanté sur la commune de Villefontaine, en Isère, qui se situe sur l'axe Lyon-Grenoble-Chambéry. Ce site occupe une place centrale, au cœur d'une tradition des architectures en terre (technique du pisé) dont l'importance est unique en Europe. Cette tradition est riche d'exemples remarquables selon une typologie variée d'architectures de bâtiments ruraux, de fermes, d'immeubles urbains d'habitations, de demeures bourgeoises, manoirs et châteaux des XVIII^e et XIX^e siècles, d'églises, de mairies-écoles

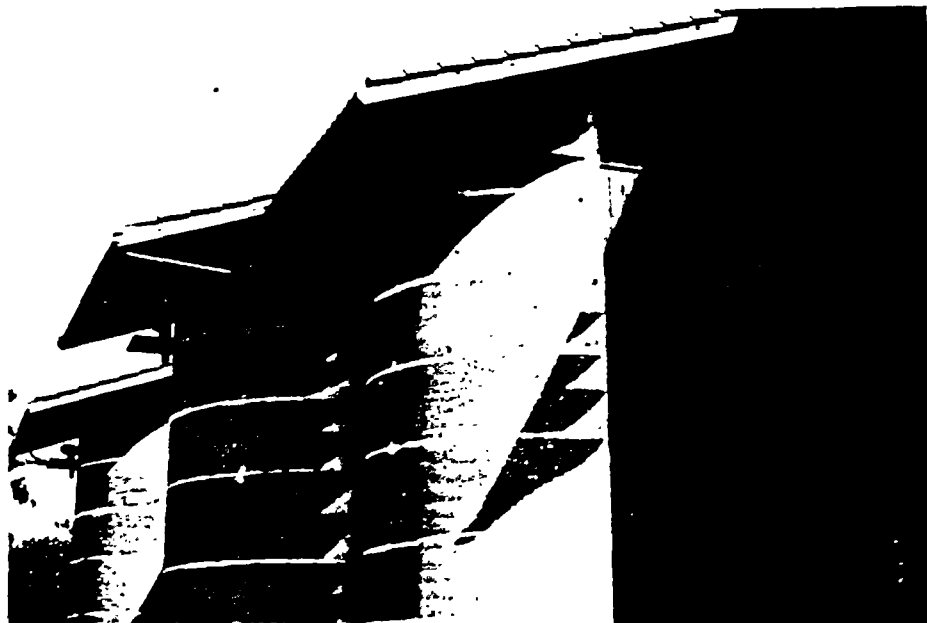


t de manufactures ouvrières de la fin du XIX^e et du début du XX^e siècle. La continuité historique est donc toute trouvée. D'autre part, l'accueil réservé au projet par les décideurs politiques et les élus, par les aménageurs et les responsables techniques régionaux, a été favorable, malgré certaines hésitations. La Ville Nouvelle de l'Isle d'Abeau permettant d'accueillir plus facilement qu'ailleurs des expériences nouvelles, l'Etablissement Public d'Aménagement de la Ville Nouvelle de l'Isle d'Abeau (EPIDA) est très tôt impliqué dans des démarches d'expérimentation novatrices où l'emploi des matériaux locaux ouvre un champ d'exploration privilégié. La terre est une filière de production de la construction locale, régionale, qui a été très tôt identifiée comme prometteuse, à l'égal d'autres filières, telles la pierre et le bois. Enfin, c'est cette même région Rhône-Alpes qui apportait le soutien d'un maître d'ouvrage public, acquis par l'intérêt du projet, l'Office Public d'Aménagement et de Construction de l'Isère (OPAC-38) qui donnait la preuve de ses motivations et de son dynamisme en matière d'expérimentation, ainsi que le concours de plusieurs artisans techniques et scientifiques régionaux engagés dans le renouveau de la construction en terre.

Partenaires et chronologie

Ainsi pouvait se mettre en place une collaboration entre l'Etat — représenté par le Plan Construction, le Ministère de l'Equipement et du Logement (Direction de la Construction, Direction de l'Architecture et de l'Urbanisme) et le Ministère de la Culture —, la Région et le Département, avec l'intervention, à divers niveaux, de multiples artisans techniques :

- le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou (Centre de Création Industrielle),
- l'Etablissement Public d'Aménagement de la Ville Nouvelle de l'Isle d'Abeau (EPIDA) coordonnant l'aménagement du projet (plan masse, espaces extérieurs et voiries),
- l'Office Public d'Aménagement et de Construction de l'Isère (OPAC-38) pour la maîtrise d'ouvrage,
- la Société de Contrôle Technique de la Construction (SOCOTEC), comme bureau d'études techniques chargé de suivre le chantier pour le compte du maître d'ouvrage,
- le Centre de Recherche et d'Application Terre (CRATerre) de l'Ecole d'Architecture de Grenoble, chargé par le Plan Construction de rédiger un cahier des charges et des spécifications techniques (dispositions constructives) du projet (document de référence en l'absence de normes et de réglementations spécifiques) et missionné pour



identifier les carrières de terre, suivre le chantier et fournir une assistance sur le terrain aux architectes et aux entreprises,

- l'Université de Grenoble (USTMG), qui a apporté au CRATerre la consultation technique et scientifique pour la rédaction du cahier des charges dans le domaine des matériaux et des structures,

- le Centre Scientifique et Technique du Bâtiment (CSTB) de Grenoble, pour réaliser les essais de contrôle de qualité et de performance sur les matériaux de construction (blocs de terre) et pour mener une analyse des coûts de construction,

- le groupe « Architerre » de l'Ecole d'Architecture de Saint-Etienne pour collaborer avec des industriels régionaux (Etablissements Brouiller, à St-Etienne, puis Perrin S.A., à Morestel, Isère) en vue d'assurer la production de blocs de terre vibro-compactée,

- l'Ecole Nationale des Travaux

Publics de l'Etat (ENTPE) pour prêter le concours de ses laboratoires d'analyses et pour mener une chronique du chantier.

En 1981, un appel de candidatures est lancé au plan national, conjointement par le Plan Construction, l'EPIDA et l'OPAC-38. Le concours, jugé le 19 juin, permet de retenir dix équipes d'architectes, lesquelles étaient encouragées à s'associer, dès l'origine des propositions, avec des entreprises et des bureaux d'études techniques motivés et dotés d'une relative expérience en matière de recherche ou d'application.

- en 1982, ouverture de trois chantiers après réalisation de voiries provisoires et tenue d'un premier colloque national consacré en grande partie à la présentation de l'opération,

- en 1983, ouverture de quatre autres chantiers et lancement du projet de traitement des espaces extérieurs à l'aide de matériaux à faible contenu énergétique (terre stabilisée, bétons maigres de gra-





plans tout venant), avec le concours de la Direction de l'Urbanisme, - en 1984, ouverture des quatre derniers chantiers et achèvement de l'étude des aménagements extérieurs. Un deuxième colloque national sur la construction en terre est organisé à Lyon par le Plan Construction, l'ENTPE et l'EPIDA, - en 1985, la parcelle haute du projet, dominée par une tour en pisé de cinq niveaux, est mise en chantier au début du printemps. Le « Domaine de la Terre » est inauguré fin 1985, sous la présidence du Président de l'Assemblée régionale, par le Ministre du Logement et le Ministre de la Coopération. Les premières familles s'installent.

Les objectifs

Les objectifs poursuivis avec le projet du « Domaine de la Terre » sont multiples :

- rénover une tradition régionale qui a conféré au matériau terre des pressions architecturales multiples et riches du plus grand intérêt. Il fallait inscrire dans cette tradition une architecture contemporaine d'habitat individuel en s'efforçant de faire progresser les techniques de construction et les modes de mise en œuvre de la terre crue. - apporter des réponses architectura-

les correctement situées vis-à-vis des contraintes techniques et économiques. En effet, une difficulté majeure de l'opération a résidé dans la volonté de procéder à des expériences novatrices tout en respectant les cadres réglementaires existants. Il fallait donc respecter le code des marchés, les prix maxima autorisés dans le cadre des prêts aidés par l'Etat français (Prêts Locatifs Aidés — PLA — et Prêts d'Accession à la propriété — PAP —) situés à hauteur de 3000 francs/m². Une autorisation de dépassement était admise pour équilibrer la charge due à la petite taille des marchés (quatre à six logements pour la majorité), le surcoût lié au concours d'experts était supporté par le Plan Construction. On respectait également les principes en vigueur du montage des dossiers de financement et l'attente de la décision de financement pour donner les ordres de service.

- susciter la participation d'un nombre important de partenaires techniques et scientifiques, industriels et commerciaux, ce qui porta à une vingtaine le nombre de ses acteurs. Ceux-ci se voyaient confier la réalisation de douze projets. Cela afin de démultiplier la formation de nouvelles compétences, l'expérimentation et la production de plusieurs modèles techniques et architec-

turaux. On imagine que cette multiplication d'acteurs et de contraintes ait pu parfois aller à l'encontre d'une organisation et d'une coordination optimales des douze chantiers menés simultanément. Mais toute l'opération a été finalement menée à bien pour fédérer non sans difficultés de multiples intervenants, les inviter à développer une autonomie d'action ultérieure, dans la région, en France ou même à l'étranger. L'opération entendait assurer ses prolongements en donnant naissance à une filière terre régionale organisée, en jetant les bases d'une filière et d'un réseau de compétences complémentaires à l'échelle nationale.

- créer une situation psychologique favorable au développement actuel et futur d'une construction en terre résolument nouvelle. Le projet du « Domaine de la Terre » fait la démonstration pratique d'un nouveau savoir-faire dont les applications peuvent être dignes d'intérêt et de confiance, ici ou ailleurs. La preuve d'une réelle modernité de l'architecture en terre doit contribuer à évacuer les préjugés pénalisants qui encombrant le débat d'idées. Pour cela, le projet se voulait exemplaire.

- concevoir le projet comme un témoignage éloquent des nouvelles potentia-

ités architecturales de la terre crue, destiné à engager un avenir de ce matériau dans les pays industrialisés mais aussi dans les pays du Tiers-Monde où la terre est encore considérée comme incompatible avec la modernité, le progrès et le développement. Le projet est donc aussi une vitrine engageante qui doit ménager une ouverture d'esprit et vaincre les réticences des décideurs et des responsables de la production de l'habitat économique dans les pays en développement.

Le programme

Il s'agit d'une opération d'habitat social de type « Habitation à Loyer Modéré » (HLM) constituée de soixante-cinq logements individuels, répartis sur douze îlots de cinq à dix logements mitoyens, du type trois (T3) au type six (T6). Les surfaces habitables oscillent entre 65 à 73 m² pour un T3, 76 à 96 m² pour un T4, 97 à 108 m² pour un T5 et 105 à 110 m² pour un T6. L'habitation principale est répartie sur deux ou trois niveaux. Chaque logement bénéficie d'une ou plusieurs annexes tels que cellier, buanderie, serre, loggia ou balcon. Un garage et un espace privatif clos ou planté de gazon complètent l'aménagement de chacun des logements.

La population concernée

L'ensemble du programme de soixante-cinq logements, pour une occupation moyenne des locaux qui va de trois à cinq personnes par famille, concerne une population d'environ trois cents personnes.

Cet habitat social individuel est destiné à des ménages dont le plafond de revenus est aujourd'hui considéré comme bas à moyen puisque s'étalant entre 52.000 francs par an (salaire familial unique, net minimum) à 100.000 francs par an (couple à double salaire minimum). A ce revenu familial s'ajoutent d'autres ressources issues du bénéfice de droits sociaux. Ce « plus » de moyens est apporté par le complément familial (pour un enfant), les allocations familiales (au-delà de deux enfants) et l'Aide Personnalisée au Logement (APL). L'APL est une ressource non négligeable qui peut couvrir, selon le ratio du revenu familial sur le nombre d'enfants à charge, de 50 % à 90 % du loyer. A titre d'exemple, pour une famille à salaire unique de trois enfants, un logement de type 5 (T5, de 97 à 108 m² habitables), qui correspond à un loyer mensuel de 2.335 francs, soit 55 % du revenu familial net mensuel, peut être couvert jusqu'à 90 % par l'APL.

Les techniques de construction

Trois filières techniques de construction en terre ont été finalement retenues : le pisé, le bloc vibro-compacté de terre stabilisée et la terre-paille :

— le pisé : cette technique traditionnelle et régionale est bien adaptée à la terre du site, une moraine glaciaire très sableuse et riche en graviers, peu argileuse. La terre est déversée dans un coffrage et compactée à une teneur en eau contrôlée, jusqu'à constituer un béton maigre de terre qui durcit en séchant. A l'Isle d'Abeau, la recherche a porté sur l'amélioration des coffrages, utilisant un registre de matériel allant de la banche en bois traditionnelle aux coffrages métalliques intégraux et grimpants du type de ceux employés pour le béton banché, et sur l'amélioration du compactage par foulage pneumatique avec des engins dérivés de l'industrie de la fonderie. La modernité entraînait aussi une limitation de l'épaisseur des murs à 40 cm et l'ajout d'un isolant pour satisfaire les exigences thermiques. Cinq projets ont utilisé le pisé en maçonnerie porteuse extérieure. Les pisés obtenus, non stabilisés, sont très convenables.

— le bloc de terre stabilisée : il s'agit d'une technique désormais connue pour être développée depuis une trentaine



ités architecturales de la terre crue, destiné à engager un avenir de ce matériau dans les pays industrialisés mais aussi dans les pays du Tiers-Monde où la terre est encore considérée comme incompatible avec la modernité, le progrès et le développement. Le projet est donc aussi une vitrine engageante qui doit ménager une ouverture d'esprit et vaincre les réticences des décideurs et des responsables de la production de l'habitat économique dans les pays en développement.

Le programme

Il s'agit d'une opération d'habitat social de type « Habitation à Loyer Modéré » (HLM) constituée de soixante-cinq logements individuels, répartis sur douze îlots de cinq à dix logements mitoyens, du type trois (T3) au type six (T6). Les surfaces habitables oscillent entre 65 à 73 m² pour un T3, 76 à 96 m² pour un T4, 97 à 108 m² pour un T5 et 105 à 110 m² pour un T6. L'habitation principale est répartie sur deux ou trois niveaux. Chaque logement bénéficie d'une ou plusieurs annexes tels que cellier, buanderie, serre, loggia ou balcon. Un garage et un espace privatif clos ou planté de gazon complètent l'aménagement de chacun des logements.

La population concernée

L'ensemble du programme de soixante-cinq logements pour une occupation moyenne des locaux qui va de trois à cinq personnes par famille, concerne une population d'environ trois cents personnes.

Cet habitat social individuel est destiné à des ménages dont le plafond de revenus est aujourd'hui considéré comme bas à moyen puisque s'étalant entre 52.000 francs par an (salaire familial unique, net minimum) à 100.000 francs par an (couple à double salaire minimum). A ce revenu familial s'ajoutent d'autres ressources issues du bénéfice de droits sociaux. Ce « plus » de moyens est apporté par le complément familial (pour un enfant), les allocations familiales (au-delà de deux enfants) et l'Aide Personnalisée au Logement (APL). L'APL est une ressource non négligeable qui peut couvrir, selon le ratio du revenu familial sur le nombre d'enfants à charge, de 50 % à 90 % du loyer. A titre d'exemple, pour une famille à salaire unique de trois enfants, un logement de type 5 (T5, de 97 à 108 m² habitables), qui correspond à un loyer mensuel de 2.335 francs, soit 55 % du revenu familial net mensuel, peut être couvert jusqu'à 90 % par l'APL.

Les techniques de construction

Trois filières techniques de construction en terre ont été finalement retenues : le pisé, le bloc vibro-compacté de terre stabilisée et la terre-paille :

— le pisé : cette technique traditionnelle et régionale est bien adaptée à la terre du site, une moraine glaciaire très sableuse et riche en graviers, peu argileuse. La terre est déversée dans un coffrage et compactée à une teneur en eau contrôlée, jusqu'à constituer un béton maigre de terre qui durcit en séchant. A l'Isle d'Abeau, la recherche a porté sur l'amélioration des coffrages, utilisant un registre de matériel allant de la banche en bois traditionnelle aux coffrages métalliques intégraux et grimpants du type de ceux employés pour le béton banché, et sur l'amélioration du compactage par foulage pneumatique avec des engins dérivés de l'industrie de la fonderie. La modernité entraînait aussi une limitation de l'épaisseur des murs à 40 cm et l'ajout d'un isolant pour satisfaire les exigences thermiques. Cinq projets ont utilisé le pisé en maçonnerie porteuse extérieure. Les pisés obtenus, non stabilisés, sont très convenables.

— le bloc de terre stabilisée : il s'agit d'une technique désormais connue pour être développée depuis une trentaine





années sur de nombreux chantiers de r le monde. Les blocs de l'Isle Abeau après un appel d'offres, ont été oduits selon une méthode moderne de mpactage associant la vibration de la rre et un léger pilonnage. La produc-on fut assurée par un industriel régio-il (Perrin S.A. à Morestel, Isère) à uide d'une centrale fixe existante, ièrement automatisée et ordinaire-ent utilisée pour produire des aggl-érés de béton. Le matériau fut produit modules pleins puis alvéolaires de $20 \times 20 \times 50$ cm et de $10 \times 20 \times 50$ cm, ec une terre plus sableuse que celle ise en œuvre sous forme de pisé et rêtée de ses gros éléments de diamè-e supérieur à 20 mm. La stabilisation, l'ordre de 8 % en début de produc-on a pu être ramenée à 5 %. Les maté-ux présentent d'excellentes caracté-iques de résistance mécanique et de fai-es variations dimensionnelles, identi-es à celles obtenues avec des blocs de on cellulaires auto-clavés. Les exi-nces de qualité des matériaux qui aient posées par le cahier des charges paraissent finalement exagérées par pport aux descentes de charges d'un bitat limité à trois niveaux, rez-de-aussée compris. Six des projets ont ilisé le bloc de terre.

la terre-paille : il s'agit d'un mélange terre argileuse, sous forme de barbo-

tine liquide et de paille de céréales (se-igle, orge), dont les qualités de résistance à la traction et d'isolation thermique (densité de 0,6 à 0,8) sont correctes. Le matériau est utilisé en hourdage non porteur d'une ossature en bois qui forme un colombage sur trame de 0,90 m servant aussi de support aux cof-frages constitués de planches mainte-nues par des serre-joints. La terre-paille est légèrement tassée dans les coffrages, en levées de 60 cm de hauteur et de 25 cm d'épaisseur, aussitôt décoffrée pour entamer une lente cure de séchage. Le matériau a été mis en œuvre de façon très artisanale. La démonstration eût été plus intéressante, sur le plan technique comme sur le plan économique, si l'on avait adopté des modes de production mécanisés. Un seul des projets (six loge-ments) a utilisé ce matériau avec un dou-blage intérieur en briques plâtrières de 5 cm, sans isolation, si ce n'est une lame d'air de 1 cm et une protection exté-rieure en bardage bois.

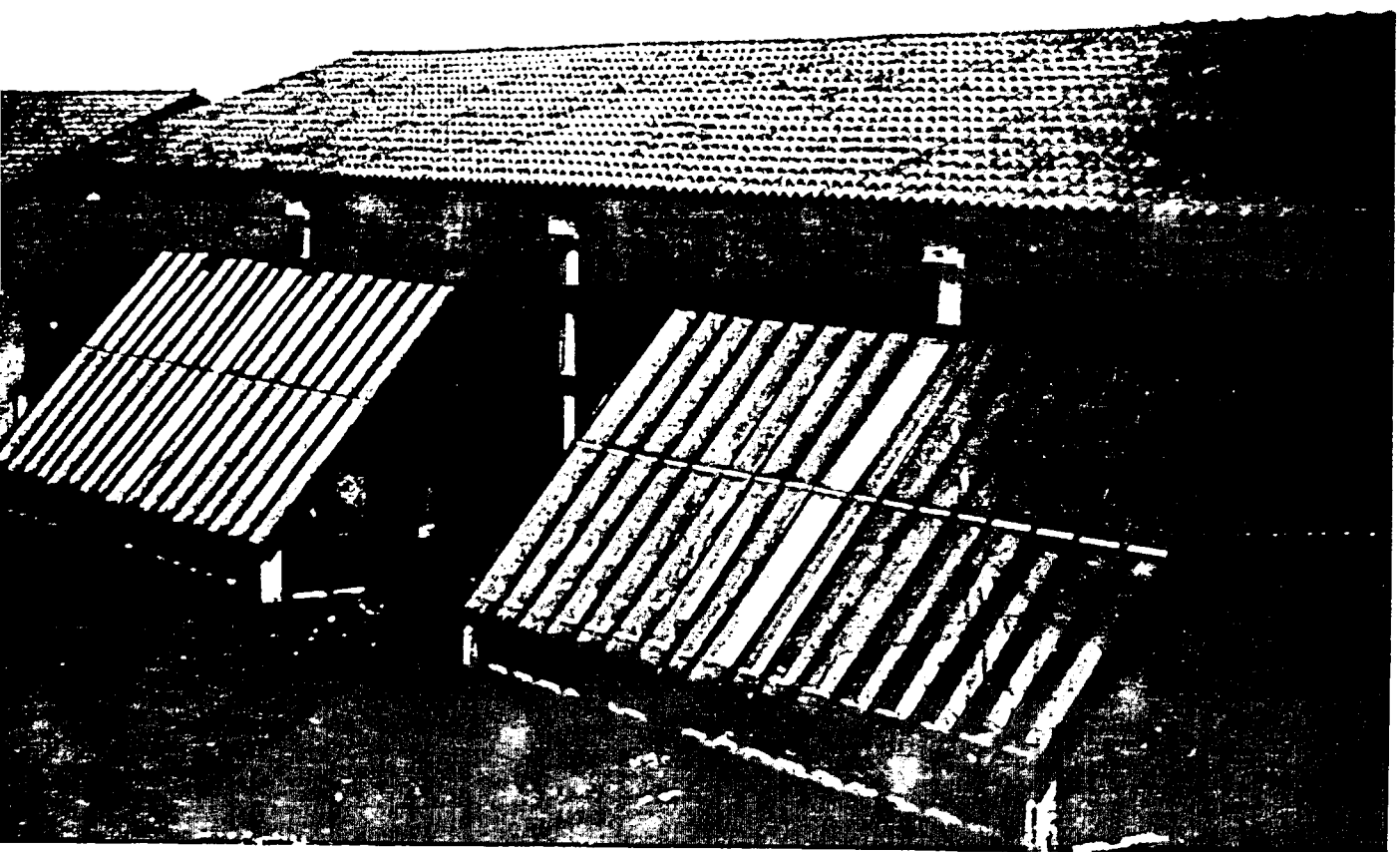
L'emploi de la terre crue a été égale-ment associé à une conception architec-turale recherchant une économie d'éner-gie. Ainsi certains projets ont-ils inté-gré des façades pariétodynamiques (dis-positif inclus au mur, permettant de faire circuler l'air par chicanes, de l'extérieur vers l'intérieur, de réduire les déperditions, de faire pénétrer à l'inté-

rieur du logement de l'air réchauffé gra-tuitement, de 4 à 10° Celsius, selon les apports solaires), d'autres utilisent des pompes à chaleur air-air, d'autres enfin ont prévu des serres bioclimatiques ou des toitures-serres ventilées.

Éléments d'un bilan

Tout d'abord un bilan économique. L'ensemble du projet a été financé par le maître d'ouvrage, l'OPAC-38, auquel était accordée une possibilité de dépass-ement de 10 % par rapport aux prix de référence. Une subvention du Plan Construction couvrait l'assistance tech-nique des experts et un gros effort de recherche. Cette participation de l'Etat représente au total un million et demi de francs, soit environ le coût de qua-tre logements. L'ensemble du projet avoisine les 25 millions de francs. L'analyse des coûts de construction montre que le prix moyen hors taxes au mètre carré est de 3100 francs, dans une fourchette allant de -20 à + 10 %. Ces résultats montrent que l'on peut désormais construire en terre dans les limites des prix de référence du loge-ment social.

Obtenus dans un contexte experimen-tal, en l'absence de filière terre totale-ment rodée, ces résultats sont promet-teurs. L'autre leçon importante du pro-



t, en l'état actuel des savoir et de leur diffusion, c'est la nécessaire coordination des actions et des acteurs à l'amont de la réalisation. Il s'agit d'optimiser le déroulement logique de l'ensemble des phases d'une opération de construction en terre. L'exploitation optimale des terres localement disponibles, leur stockage préalable, sont indispensables pour assurer une réelle économie qui peut être néantie par une mauvaise gestion du stock et par un surcoût de transport. Par ailleurs, entreprises, architectes et maîtres d'ouvrage doivent travailler en concertation afin de définir des choix techniques et architecturaux pleinement raisonnés et optimisés. L'architecture de terre doit être conçue dans une logique qui exploite les caractéristiques propres au matériau terre et qui assure une bonne protection architecturale des édifices (bas et haut du mur) sans redondance coûteuse. Il convient notamment d'éviter des choix architectoniques complexes qui grèvent les temps d'exécution

et donc les coûts. L'expérience du « Domaine de la Terre » a été parcourue de tâtonnements. Dans la période actuelle de mutation technologique émerge la nécessité de développer une formation professionnelle appropriée pour diffuser ces nouveaux savoir-faire. Par ailleurs, il demeure une lourde lacune de textes normatifs de la construction en terre, nécessaires pour légitimer la pratique des maîtres d'œuvre et des entreprises, des bureaux d'études techniques. Un effort de réglementation doit être développé dans les prochaines années, ici et ailleurs. Mais le « Domaine de la Terre » demeure un projet exemplaire qui marque une volonté d'aller de l'avant et qui a bien rempli sa vocation première : celle d'être ce « chaînon manquant » entre les réalités anciennes des traditions, aujourd'hui inadaptées, et des réalités plus actuelles, plus rationnelles, d'une construction en terre résolument moderne et bien située dans le champ

des contraintes actuelles de production. Ce projet pourrait bien être une étape dans des stratégies plus globales, pour les pays du Nord comme du Sud, visant à mieux utiliser les atouts et les potentialités de la terre crue en construction économique. Un précédent existe qui n'excuse plus l'ignorance de ces atouts. D'autres réalisations exemplaires sont engagées, à Marrakech (Maroc), avec l'appui de certains partenaires que cette opération du « Domaine de la Terre » a contribué à former.

D'autres informations sur le projet peuvent être obtenues en s'adressant à : Association pour la Promotion de l'Institut International de la Construction en Terre, Secrétariat, Ecole d'Architecture de Grenoble 10, galerie des Baladins 38100 GRENOBLE FRANCE Téléphone : 76.40.66.19 Téléc : 32 02 45 F Public Grenoble

Comment se rendre au « Domaine de la Terre »

Le « Domaine de la Terre » est localisé dans le nouveau « quartier des Fougères » sur la commune de Villefontaine dans la « ville nouvelle de l'Isle d'Abeau ». Ce quartier est situé entre deux anciens villages agricoles : Vaux-Millieu (au nord) et Saint-Bonnet (au sud) dans le département de l'Isère.

Le « Domaine de la Terre » est à 29 km au sud-est de Lyon et à 12 km au nord-ouest de la ville de Bourgoin-Jallieu.

Accès en voiture :

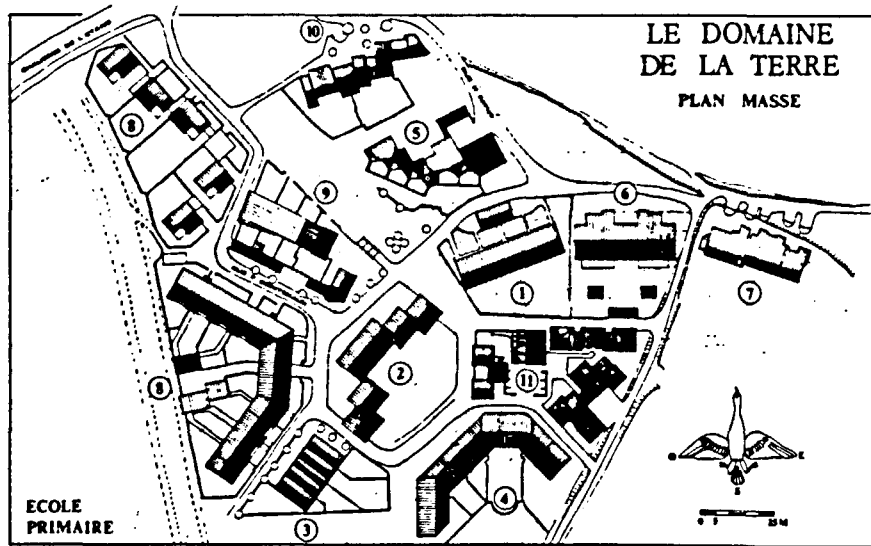
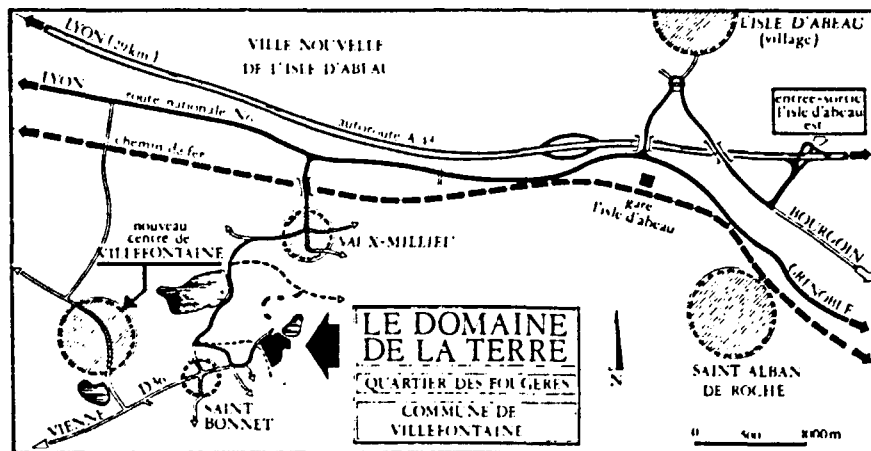
Par l'autoroute A43 (Lyon-Genève) ou A48 (Lyon-Grenoble) : sortie à l'Isle d'Abeau est. Rejoindre la nationale 6 vers Villefontaine, puis suivre la route départementale 36 vers Vienne. Des panneaux routiers indiquent le « Domaine de la Terre » à partir du croisement de la N6 et de la D36.

Accès en train :

TGV jusqu'à Lyon. De là, taxi (30 km) ou correspondance SNCF (6 trains par jour environ) jusqu'à La Verpillière ou Bourgoin-Jallieu. De là, taxi (12 km).

Accès en avion :

Aéroport international de Lyon-Satolas, puis taxi (20 km).



DEUXIEME EDITION REALISEE PAR LE SAN ET LE CRATERre EN MAI 1987

Cette monographie a été rédigée par l'Association pour la Promotion de l'Institut International de la Construction en Terre, dans la ville nouvelle de l'Isle d'Abeau, et financée par le Plan Construction.

ALTERNATIVE La Tour de Pisé, antenne de l'écomusée du Nord-Dauphiné, a été inaugurée samedi. Un haut lieu pour comprendre la construction en terre.

Quand la terre concurrence le béton

SAMEDI, sous un crachin agaçant, des élus, des architectes, des ingénieurs, jusqu'aux passionnés de vieilles traditions, étaient réunis pour inaugurer officiellement la Tour de Pisé, antenne de cinq étages de l'écomusée du Nord-Dauphiné.

Depuis l'achèvement en 1985 du domaine de la terre, l'Isle d'Abeau est bien le cœur de la terre dans le monde. D'abord parce que ce village de logements sociaux a été réalisé par dix architectes de renom. Ils ont utilisé les techniques les plus avancées pour la construction de ces bâtiments. Véritables défis aux idées reçues, faisant des murs de terre un patrimoine du passé, inadapté au monde contemporain. Ensuite, et la deuxième raison découle de la première : le domaine de la terre est depuis deux ans une vitrine pour le tiers-monde. Un exemple de ce qu'il peut faire pour résoudre les graves problèmes de logements auxquels il se trouve confronté depuis longtemps. Quinze mille personnes sont déjà venues visiter l'Isle d'Abeau pour le seul patrimoine terre contemporain (voir Lyon Figaro du 26 janvier).

Avec la Tour de Pisé, le village de terre confirme son désir de rester à la pointe de ce qui peut se faire pour la promotion de ce matériau. La tour a été construite par l'architecte Bertollier, un des dix architectes du domaine. Elle mesure quinze mètres de haut pour une surface totale de soixante mètres carrés. D'une architecture extrêmement sobre, l'édifice est tout en pisé à l'exception bien sûr des assises



J.-M. HURON

Quinze mètres de hauteur, et tout en terre.

en béton qui remontent jusqu'à deux mètres au dessus du sol.

C'est avec l'aide de la Fondation des Pays de France et de l'OPAC de l'Isère que l'Ecomusée du Nord dauphine a pu faire construire cette tour de cinq niveaux. Pour Philippe Mairot, conservateur de l'écomusée, et pour tout le monde semble-t-il, l'objectif de cette structure complémentaire est « de faire connaître le lien traditionnel entre la communauté rurale, l'organisation technique du travail, les savoirs et leur transformation récente dans le cadre de la modernisation des techniques. Faire comprendre aussi l'importance actuelle des con-

naissances scientifiques et la solidarité qui existe entre les techniques et les cultures ».

La Tour domine de son belvédère toute la région. Concurrente directe de celle de la Part-Dieu, elle regarde surtout la nature, de ses murs de tradition moderne ! Au premier niveau, elle présente le patrimoine régional sur neuf mètres carrés. Au dessus, sur la même surface étroite, on découvre les savoir-faire traditionnels. Puis, au troisième étage, c'est la modernité des techniques qui est mise en avant. Là, on apprend que c'est en terre que l'on construira sur la Lune. Et enfin, avant les dernières marches qui rejoignent le belvédère, l'ethnologie prend toute la place sous le thème : « vivre la terre aujourd'hui ».

L'inauguration de cette pile de savoir fut l'occasion de présenter le service télématique Infoterre. Cette source d'information sur la construction en terre a été élaborée par CRATerre de l'Ecole d'architecture de Grenoble et par le SAN (syndicat d'agglomération nouvelle) de l'Isle d'Abeau. Elle propose plusieurs rubriques où se mélangent l'actualité terre, une bibliographie, les acteurs et l'histoire de la construction en terre. On y accède par le 36 15 code ANICK.

La Tour de Pisé est ouverte tous les jours jusqu'au 15 septembre, de 15 heures à 19 heures. Rens : 74 94 17 00.

CONSTRUCTION

TOUR DE PISÉ A L'ISLE-D'ABEAU

Alain Carignon, ministre de l'Environnement, inaugurera samedi, 20 juin, la tour de pisé de L'Isle-d'Abeau et son exposition permanente. Cette tour de quinze mètres de haut est intégrée dans un des quartiers de la ville nouvelle dont les maisons ont été réalisées en terre (pisé).

Les responsables de l'écomusée du nord Dauphiné qui, avec l'O.P.A.C. de l'Isère et la Fondation des pays de France, sont à l'origine de cette construction, souhaitent, par leur initiative, faire connaître le lien traditionnel entre la communauté rurale, l'organisation technique du travail, le calendrier, les savoirs et leur transformation récente dans le cadre de la modernisation des techniques : professionnalisation, apport de liants nouveaux, nouvelles techniques de maintenance, outils nouveaux.

Ils espèrent aussi faire comprendre l'importance actuelle des connaissances scientifiques (qui succèdent aux connaissances empiriques) et des essais en laboratoire, pour le choix, la connaissance et la mise en œuvre de la terre. Enfin, ils voudraient qu'à partir de l'expérience très lumineuse de la revalorisation de la terre soit mieux perçu le lien unissant les techniques et



les cultures : les changements apportés à la technique de la construction en terre, à ces savoirs et ces savoir-faire sont corrélatifs des changements de valeur conférés au matériau terre, aux habitudes d'habiter, aux relations esthétiques et symboliques aux maisons, à tout ce qui fait qu'une technique est prise en charge, parlée et trouve sa signification dans une société

Le 04 Mai 1987

Nos réf. : EB/GG/223/87

Madame, Monsieur,

L'Ecomusée Nord-Dauphiné met la dernière main à l'aménagement de sa première antenne "La Tour de Pisé" qui sera inaugurée dans la première quinzaine de juin.

Cette tour est située au coeur du Domaine de la Terre à Villefontaine, quartier expérimental dont les constructions contemporaines en terre attirent déjà un public de visiteurs. Quatre niveaux d'exposition permanente et un belvédère offriront de cette tour, un point de vue unique sur la terre. La construction en pisé caractéristique en Bas-Dauphiné y tient une place de choix.

En complément de cette exposition permanente, l'Ecomusée propose un Tour de la Terre en une journée dont l'ambition est de faire découvrir la richesse et la variété du patrimoine traditionnel en pisé dans notre région. Ce circuit pourra se faire individuellement (itinéraire mentionné dans la plaquette de l'exposition) ou en groupe guidé.

Dans ce dernier cas, nous souhaiterions connaître vos conditions d'accueil et vos propositions de prix pour la restauration de ces groupes.

Ce circuit étant dans sa phase de lancement, il nous est difficile pour cette année d'en planifier la fréquentation. Aussi, nous apprécierons les efforts des restaurateurs qui avec l'Ecomusée miseront sur la promotion d'un produit culturel et touristique nouveau et contribueront à le rendre accessible au plus grand nombre.

Dans l'attente de vous lire, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de nos salutations distinguées.

Elisabeth BOIVIN
Chargée d'animation



TEXTE DE LA CONVENTION

CULTURE - TOURISME

7 OCTOBRE 1987

CONVENTION

entre LE MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

D'UNE PART

et LE SECRETAIRE D'ETAT CHARGE DU TOURISME

D'AUTRE PART

PREAMBULE

L'histoire a légué à notre pays un patrimoine culturel d'une exceptionnelle richesse. Vis-à-vis de cet héritage national, l'Etat a trois responsabilités majeures :

- Conserver, exigence primordiale qui concerne la protection comme la restauration.

- Mettre en valeur, afin de donner à ce patrimoine sa pleine dimension créatrice, éducative et économique.

- Faire connaître, aux publics français et étrangers.

Le tourisme, facteur de développement local et source de rayonnement de la France à l'étranger, doit devenir un élément majeur de valorisation et d'amélioration de la connaissance de ce patrimoine culturel national. Dans ces conditions, il est apparu nécessaire d'engager une concertation et de définir des objectifs s'appuyant sur une coopération technique et financière, ainsi que de développer des actions communes pour la valorisation touristique de ce patrimoine au cours des prochaines années.

Outre le patrimoine, le tourisme culturel doit également prendre en compte les lieux d'animation culturelle et les événements représentatifs de la vie artistique d'aujourd'hui, dans la mesure où ils sont susceptibles d'attirer un large public.

Tel est l'objet de la présente convention.

ARTICLE 1

Le développement du tourisme culturel doit s'appuyer sur les objectifs suivants :

.../...

- a) la sensibilisation et l'information des touristes,
- b) l'amélioration de l'accueil,
- c) l'amélioration de l'information existante sur l'économie du tourisme culturel et notamment sur la demande des publics,
- d) la formation des responsables de lieux ou d'évènements culturels et d'édifices patrimoniaux.

ARTICLE 2

La réalisation des objectifs définis à l'article 1 ci-dessus sera recherchée au travers d'un certain nombre de moyens que les parties contractantes s'engagent à développer.

- a) Un programme d'information des touristes sera mis en oeuvre.

Le GIE Maison de la France s'attachera à développer la promotion de notre patrimoine et de notre vie culturelle à l'étranger.

De nouveaux moyens signalétiques du patrimoine seront mis en place.

b) Des produits touristiques nouveaux seront créés et promus. Une attention particulière sera apportée à la réalisation des projets du Plan Patrimoine ainsi qu'à celle de certains grands projets tels que le Bicentenaire de la Révolution Française, le domaine et le château de Versailles, les Routes de Compostelle et, plus généralement, à :

- . la valorisation d'ensembles monumentaux et sites culturels et notamment des grands sites touristiques de dimension nationale en liaison avec les partenaires régionaux susceptibles d'être intéressés.
- . la conception et la réalisation de circuits à thème.
- . le développement et la valorisation à l'étranger de l'ingénierie culturelle française.

Les études de marché réalisées en France et à l'étranger seront utilisées à cette fin.

Une charte de l'accueil dans les sites culturels sera établie. Elle concernera principalement les monuments, les musées, les festivals et les lieux d'expositions.

Des formules susceptibles d'accroître et de faciliter la fréquentation seront recherchées en tenant compte des expériences déjà conduites du type forfait multi-monuments, carte France-club ou carte inter-musées.

c) Il conviendra d'améliorer la connaissance de la fréquentation touristique des sites culturels par :

.../...

. Une analyse conjointe de l'importance économique du tourisme culturel (coût d'aménagement touristique, retombées directes et indirectes pour l'économie locale).

. La connaissance des flux touristiques, les motivations des visiteurs, leurs attentes, ainsi que leur degré de satisfaction en matière culturelle.

Un outil d'observation et d'analyse commun aux deux ministères sera mis en place à cette fin.

d) La formation des partenaires culturels et touristiques sera développée, afin de leur fournir les connaissances nécessaires à une meilleure gestion ainsi qu'à la compréhension des exigences du développement touristique.

ARTICLE 3

Les ministères contractants s'engagent réciproquement à se communiquer régulièrement tous les éléments statistiques, réglementaires, et plus généralement toute information relevant de leurs compétences respectives. Ils s'apporteront également leur soutien technique, notamment par l'intermédiaire de leurs délégations, directions régionales et représentations à l'étranger.

ARTICLE 4

Les collectivités locales intéressées, notamment les régions, pourront être associées à la définition et à la mise en oeuvre de programmes régionaux de tourisme culturel.

ARTICLE 5

La mise en oeuvre des dispositions de l'article 2 de la présente convention fera l'objet de protocoles annuels passés entre la Direction de l'Industrie Touristique ou pour les opérations de nature promotionnelle, le GIE Maison de la France et les Directions concernées du Ministère de la Culture et de la communication ainsi que la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des sites.

Ces protocoles préciseront les objectifs retenus, la nature des apports consentis, ainsi que, sous réserve des dotations budgétaires inscrites à la loi de finances, le montant des concours financiers des parties concernées.

ARTICLE 6

Une commission permanente assurera le suivi de la convention et la préparation des protocoles annuels prévus à l'article 5 ci-dessus. Cette commission qui réunira les représentants des différents organismes et directions cités à l'article 5, pourra faire appel éventuellement à des conseils et intervenants extérieurs selon l'objet des travaux.

Des groupes de travail spécifiques seront constitués pour la mise en oeuvre de chacun des objectifs définis à l'article 2.

ARTICLE 7

La présente convention a un caractère pluriannuel. Pour son application, les deux parties conviennent de se rencontrer au moins 2 fois par an, dans le cadre de la commission prévue à l'article 6, pour étudier les programmes et pour évaluer les résultats des travaux engagés.

Le Secrétaire d'Etat
Chargé du tourisme
auprès du Ministre de l'industrie,
des P. et T. et du Tourisme

Le Ministre de la Culture
et de la Communication

Jean-Jacques DESCAMPS

François LEOTARD

Une autre France à découvrir



Une autre France à découvrir

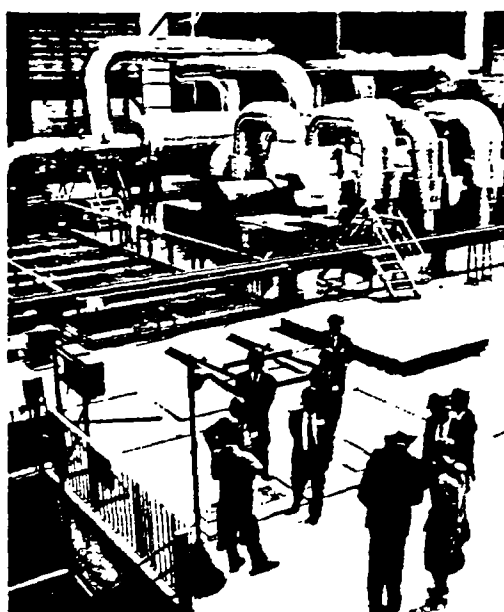
La France est connue pour ses paysages, ses monuments, sa gastronomie ou l'animation de sa capitale.

Mais notre pays offre d'autres attraits à ses visiteurs : le patrimoine industriel, artisanal et agricole, les entreprises en activité, les laboratoires de recherche, les grandes réalisations techniques, les musées scientifiques, les foires et salons et autres lieux d'exposition et d'échange, autant d'espaces à découvrir.

Le savoir-faire, les performances techniques, la culture scientifique comme la façon dont les hommes s'organisent pour produire ou vendre intéressent les touristes d'aujourd'hui.

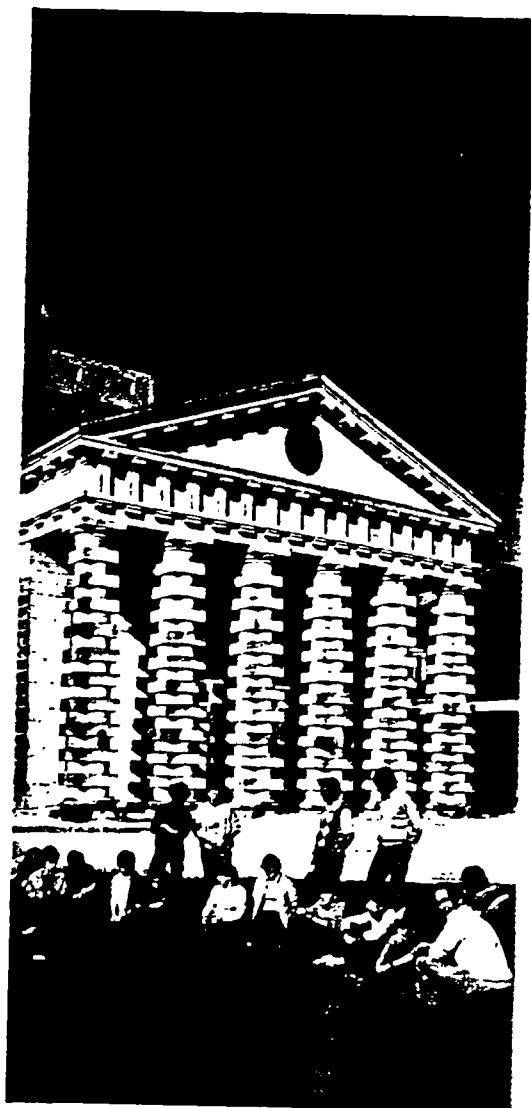
Qu'ils soient français ou étrangers, ils manifestent leur goût pour une nouvelle conception du voyage et du temps libre : ils se font explorateurs actifs de la civilisation moderne. Les rencontres avec l'économie revêtent diverses formes : on peut aller vers elle par découverte des lieux d'activités, ou encore la révéler dans les lieux de passage, ou de séjour par des expositions, la diffusion d'informations et autres opérations d'animation.

Les produits touristiques ainsi créés et agrémentés (circuits, séjours, week-ends) alliés à d'autres formes plus classiques, (culture, gastronomie, détente) trouvent un marché. Le tourisme de la découverte économique, cette autre façon de voir la France, est une chance à saisir.



L'«Entreprise France»





Patrimoine vivant



Le travail et les sites



| | |
|---|--|
| <p>Questionnaire à retourner d'ici au 30 Mai 1986 à :</p> | <p>Délégation TOURISME C.R.C.I. Rhône-Alpes 1, Place André Malraux B.P. 297 38016 GRENOBLE Cédex</p> |
|---|--|

RAISON SOCIALE : _____

Directeur : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____ Télèx : _____

Activité générale de l'Entreprise : _____

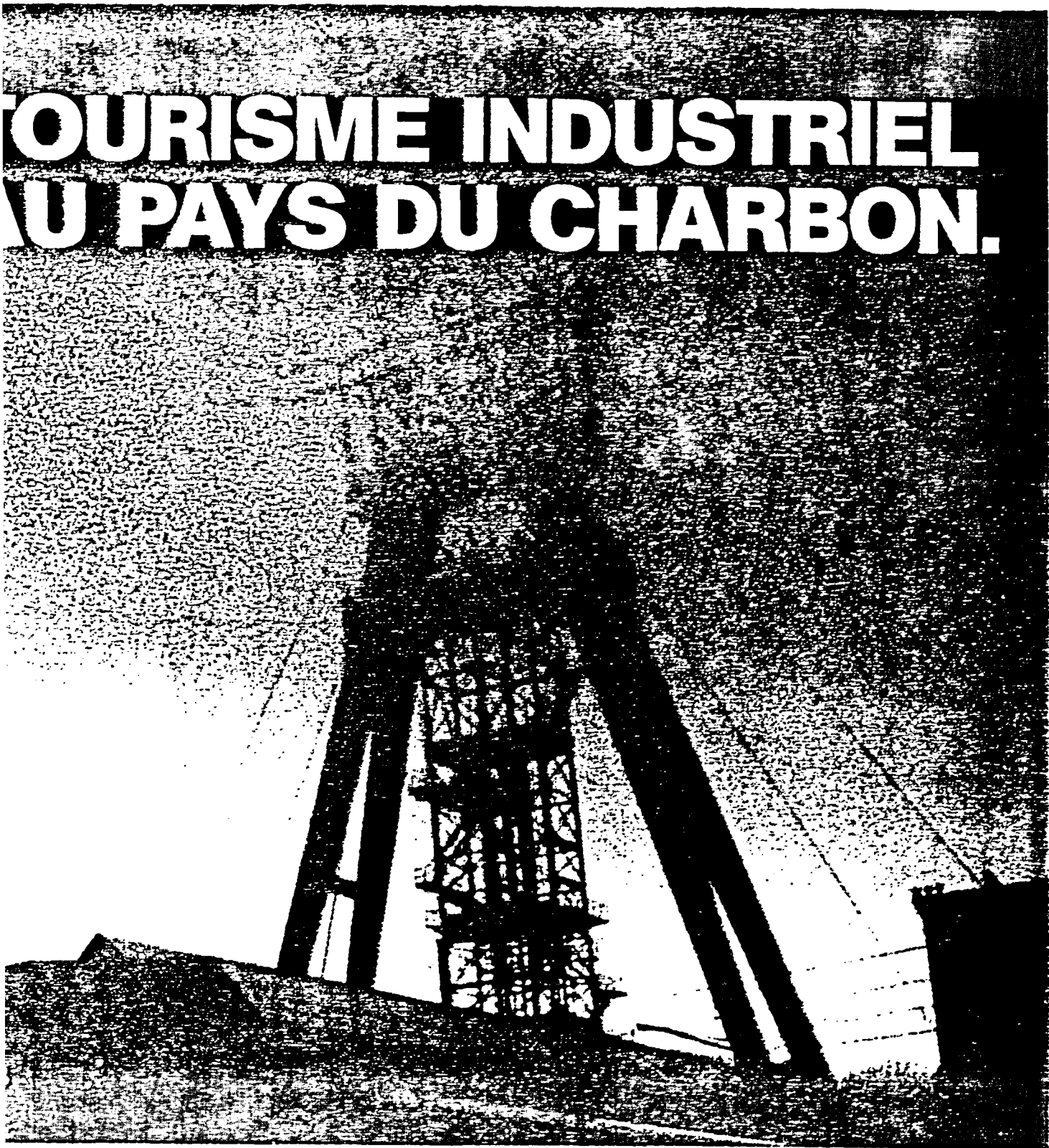
Effectif : _____

Votre entreprise accueille-t-elle des groupes pour les visites : OUI

NON

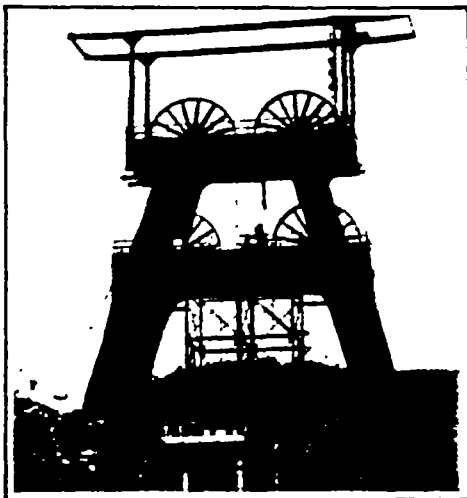
| | |
|--|---|
| <p><u>SI OUI, POUVEZ-VOUS NOUS INDIQUER :</u></p> <p>Si vous avez un service spécial affecté à l'organisation des visites : OUI <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/></p> <p>Les installations visitées : _____ _____ _____ _____</p> <p>Les types de visiteurs reçus : } Scolaires (enfants) <input type="checkbox"/> } Touristes <input type="checkbox"/> } Professionnels <input type="checkbox"/> } Autres <input type="checkbox"/></p> | <p><u>SI NON, POUVEZ-VOUS NOUS INDIQUER :</u></p> <p>Si vous seriez disposé à faire visiter votre entreprise ? OUI <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/></p> <p>Dans l'affirmative, nom de la personne à contacter : _____</p> <p>Installations proposées aux visiteurs : _____ _____ _____ _____</p> |
|--|---|

TOURISME INDUSTRIEL AU PAYS DU CHARBON.



Trois circuits de tourisme industrie! dans le bassin houiller lorrain.

• **Circuit «Vue générale»:** Permet de parcourir l'essentiel des sites du bassin pour en découvrir les différents aspects géographiques, historiques, industriels et architecturaux. **RN3** - LONGEVILLE-LÈS-ST-AVOLD (haut côté RN3, ligne Magnot, vue générale sur l'ouest du bassin) - ST-AVOLD (centre historique) - HOMBURG-HAUT (site du vieux bourg et château) - FREYMING-MERLEBACH (cœur de l'exploitation houillère). **A3** - COCHEREN (site du Herapel, cokerie et puits Marienau). **Voie rapide Sarreguemines** - BEHREN (hauteur du Kelsberg, vue générale de l'est du bassin et de la vallée de la Sarre, cité). **CD31** - FORBACH (siège Simon, parc à bois, crassier central) - PETITE-ROSSELLE (anciennes cités Wendel, puits St-Charles) - GROSS-ROSSELN SARRE - EMMER-SWEILER (vue générale sur Manenau et Forbach). **RN3** - FREYMING-MERLEBACH (cité Reumaux renouée, siège Vouters). **CD26** (puits Cuvellette, carrière et crassier Freyming, siège Ste-Fontaine) - L'HOPITAL (cité Colline, vue générale sur la plate-forme de Carling) - CARLING. **RN3A** (centrale Huchet, cokerie, usines Cof Chimie). **A32** (fin de circuit: 2 à 3 heures).



Chevalement Sainte-Fontaine

• **Circuit «Architecture»:** Permet de voir les bâtiments les plus significatifs de l'architecture industrielle du bassin. **CD19** - CRÉHANGE-FAULQUEMONT (cités, jardin, et siège) - LAUDREFANG (ligne Magnot) - FOLSCHVILLER (siège et cités) - **CD20** - SAINT-ÀVOLD (abbatiale, centre urbain, centre d'action culturelle). **RN3A** - (monnaie: U.S. cité Huchet, vue sur centrale Huchet) **A32** - FREYMING-MERLEBACH (cités) - FORBACH (cités Wiesberg, Schlosberg) - STIRING-WENDEL (puits Ste-Marthe) - SCHCENECK (siège Simon) - PETITE-ROSSELLE (cité Wendel, puits St-Charles). **CD31** (cité Urselsbach) - FORBACH (puits Manenau). **RN3** - FREYMING-MERLEBACH (cité Reumaux renouée, siège Vouters). **CD26** (puits Cuvellette, siège Ste-Fontaine) - L'HOPITAL (cité Colline) - CARLING. **RN3A** - CREUTZWALD (Altschacht). **CD73** - HAM-sous-VARSBERG (puits de Vernejoul) - PORCELLETTE. **CD72**, route de Haslach (groupe VI de la centrale Huchet). **A32** (fin de circuit: 2 à 3 heures).

• **Circuit «Ecomusée»:** Relie les différents sites de l'Ecomusée «éclaté» du bassin houiller. FOLSCHVILLER (tour d'extraction et conservatoire minier, visitable). **CD20** - MOULIN-NEUF. **RN3** - FREYMING-MERLEBACH. **CD80** - COCHEREN (maison d'histoire locale, en projet) - FORBACH. **A32** - STIRING-WENDEL (puits Ste-Marthe, visitable) - SCHCENECK. **CD32** (maison d'histoire locale, visitable) - FORBACH (siège Simon) - PETITE-ROSSELLE (puits St-Charles, mine-image et conservatoire minier en projet, cité Urselsbach). **CD31** - FORBACH (puits Manenau). **A32** - Sortie FREYMING (cité Hochwald, centre de culture minière, siège Vouters). **CD26** - L'HOPITAL (maison d'histoire locale) - CARLING. **RN3A** **A32** (fin de circuit, horaire selon visites).

Ces trois circuits de base peuvent se combiner et se compléter en fonction des centres d'intérêt des visiteurs. Ils peuvent en outre s'articuler avec la découverte du site archéologique de Biesbruck au-delà de Sarreguemines et avec les circuits de tourisme industrie! dans le land de Sarre.

Le Centre de culture minière

Créé en avril 1985 par la rencontre d'initiatives multiples - groupes locaux de sauvegarde du patrimoine industriel (chevalements), mémoires collectives de l'Action culturelle du bassin houiller, réalisation du Conservatoire minier de Folschviller par les Houillères de Lorraine -, le Centre de culture minière est, comme les autres centres de culture scientifique, technique et industrielle existant en France, géré par un conseil d'administration regroupant des scientifiques, des représentants de groupes s'intéressant au patrimoine industriel, des élus et responsables des administrations.

Initié par une préoccupation de sauvegarde des témoins de l'histoire industrielle marquant l'identité du bassin houiller, ce centre entend donner une importance primordiale à toutes les dimensions de la culture scientifique et technique et tout particulièrement à celles concernant l'avenir de la région du bassin houiller de façon à contribuer, dans son domaine, à l'effort de restructuration indispensable.

Son activité s'exerce dans plusieurs domaines:

• Création d'un écomusée du bassin houiller avec le conservatoire de Folschviller, le puits St-Charles à Petite-Rosselle et sa mine image, l'aménagement d'une ancienne maison de mineur en témoin de la vie familiale et sociale des populations du bassin (en liaison avec les maisons d'histoire locale).

• Édition de documents, cartes et plaquettes présentant les sites et l'histoire industrielle du bassin.

• Conférences, expositions et manifestations à la fois sur des thèmes d'histoire industrielle, d'évolution technique et d'information scientifique.

• Point de rencontre de documentation et de recherche sur ces mêmes sujets.

• Enfin, développement d'un tourisme industriel permettant une approche générale ou approfondie des multiples aspects du passé et de l'actualité industrielle de cette région.

La carte figurant au verso indique les principaux sites intéressants et les circuits proposés.

« Tourisme Industriel » colloque à Exincourt L'archéologie du futur...

S: M. Jean-Marie Bocke, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre du Commerce, de l'Artisanat et Tourisme doit prononcer ce: après-midi, le discours de clôture du Colloque national « Les Enjeux du Tourisme Industriel » au CIPES d'Exincourt, c'est bien parce que la « volonté politique » est présente dans l'élaboration de nouveaux circuits culturels voire de nouveaux courants de pensée.

Qu'est-ce que le « tourisme industriel », sinon l'une des réponses aux exigences de l'époque, très schématiquement moins de travail, plus de loisirs efficaces accrues des moyens d'information, élargissement des connaissances prise de conscience de la valeur du patrimoine impérieuse nécessité de préserver ce qui en reste ?

Autre question. Ne serait-ce pas, aussi, le coup de frein au dégâts d'un certain modernisme devenu depuis « la modernité », tant il convient de maîtriser les conséquences de la guerre économique mondiale ?

Hier au CIPES lors de la première journée de ce colloque, les intervenants étaient des spécialistes d'où un vocabulaire « interne », assez hermétique, parfois abstrait, loin des préoccupations quotidiennes.

On a parlé de « l'esthétique de l'abandon », du « traitement culturel de la nostalgie », du « nomadisme des regards », de « la crise de la monumentalité », de « catalyseur d'émotion collective », des « espaces en décomposi-



Patrice Beghain, pour le « vécu »

tion », de « simultanément temporelle ». Avis aux initiés ! Tentons de résumer. La formule d'Henri Pierre Jeudy, sociologue chargé de recherche au CNRS pour expliquer le « tourisme industriel » veut dans la conjonction « mémoire-perception du temps présent-imaginaire ». Il propose même la création de l'« archéologie du futur ».

On comprend alors mieux le souf de Patrice Beghain, Directeur régional des Affaires Culturelles, qui tout en se félicitant du niveau très élevé des débats, a sans cesse veillé au respect de l'héritage « vécu ». Les visites prévues ce matin, sur le terrain, devraient permettre un rapprochement indispensable entre les thèses des chercheurs scientifiques... et les souvenirs des forgerons de Montécheroux ! Pas simple

J. F.