

**E5 : ÉTUDE D'OPÉRATIONS TOURISTIQUES**

**Durée : 5 heures**

**Coefficient : 3**

**CALCULATRICE AUTORISÉE**

*Selon les dispositions de la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999 :*

«Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits».

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.**

**Le sujet comporte 21 pages, numérotées de 1 /21 à 21 /21.**

## **LE TOURISME DE DÉCOUVERTE ÉCONOMIQUE**

« Les Français sont censés ne pas aimer leurs entreprises, pourtant dès que l'une d'elles ouvre ses portes, le succès est presque toujours au rendez-vous », ironise Bernard Giroux, responsable des relations presse de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie.

Et si la visite d'entreprises était le prochain grand marché du tourisme de loisirs ? Le concept aurait pu sembler improbable il y a encore quinze ans. Seulement voilà : entre temps le nombre d'entreprises françaises à ouvrir leurs portes s'est vu multiplié par six... Pourquoi ? Tout simplement parce que la demande n'a jamais cessé de croître. »

*Hôtellerie Tourisme Restauration (HTR) – Avril 2005*

L'extrait précédent, issu d'un article intitulé « Quand l'entreprise fait de l'ombre à la plage... » a retenu l'attention de la responsable du Service Loisirs Accueil (SLA) de la Lozère, situé au 14 bd Henri Bourrillon, BP 4 - 48000 Mende.

Vous avez été recruté(e) pour l'assister dans ses missions de conception de produits touristiques.

Soucieuse de connaître et de comprendre l'évolution des pratiques touristiques, elle vous charge d'étudier les composantes du marché du tourisme de découverte économique. Elle s'interroge sur l'opportunité de créer des produits touristiques axés sur la visite d'entreprises.

### **DOSSIER 1 : Analyse de la filière du tourisme de découverte économique (annexes 1 à 6)**

Après une lecture attentive des documents de référence sur le tourisme de découverte économique, il ressort clairement qu'il existe une demande pérenne et croissante incitant les prestataires à s'organiser et à se professionnaliser. En accord avec la responsable, vous décidez de cibler votre étude sur l'analyse de l'offre.

**1.1** Expliquez les objectifs poursuivis par les entreprises lorsqu'elles ouvrent leurs portes au public, ainsi que les freins auxquels elles peuvent se heurter.

**1.2** Présentez les pratiques tarifaires existantes en les justifiant.

**1.3** Quels outils, quels indicateurs, de suivi et de contrôle, les entreprises peuvent-elles mettre en place pour mesurer cette activité ?

**1.4** Montrez l'intérêt d'une démarche de labellisation pour les visiteurs, pour les entreprises et pour les institutionnels.

Plusieurs entreprises de Lozère se sont engagées dans une démarche d'ouverture au public.

**1.5** Caractérissez l'offre de la Lozère en matière de découverte économique. Vous répondrez de manière structurée.

**1.6** Vous décidez de créer une table «**entreprise**» afin de compléter la base de données du S.L.A. (Service Loisirs Accueil). Pour vous aider dans votre tâche, on vous remet une fiche technique sur la structure et l'exploitation du fichier des clients individuels du SLA (annexe 6).

**1.6.1** Établissez la liste des champs (ou attributs) à inclure dans la table **entreprise** de votre base de données.

**1.6.2** Donnez trois exemples d'exploitation de cette base de données.

## **DOSSIER 2 : Montage de produits touristiques (annexes 5 à 9)**

Votre étude sur le tourisme de découverte économique a convaincu votre responsable de l'opportunité de concevoir des produits touristiques qui intègrent cette dimension touristique, la demande du public pour ce type de produits étant avérée.

**2.1** Vous décidez d'élaborer ces nouveaux produits touristiques autour d'une thématique. Votre premier produit a pour thème l'eau. Il s'agit d'un circuit qui sera proposé à des individuels en auto-tour.

D'une durée de deux jours, il aura pour cadre la commune de Florac et ses environs. Présentez à l'attention de votre responsable, une proposition de programme en précisant bien les éléments techniques permettant au(x) touriste(s) de réaliser cet auto-tour. (Vous ne prenez pas en compte les prestations liées à l'hébergement et à la restauration).

**2.2** Afin de réaliser la promotion de ce produit, vous décidez d'adresser un courrier électronique (courriel) aux individuels qui ont contacté le SLA depuis 2002. Pour cela vous avez accès au fichier de la clientèle individuelle du SLA (cf. annexe 6).

**2.2.1** Présentez la démarche qui vous permettra d'obtenir la liste des clients souhaitée.

La responsable du service vous propose d'approfondir la réflexion quant à la réalisation d'un autre produit à thématique patrimoniale dont le programme vous est présenté en annexe 8. Dans un premier temps, ce nouveau produit ne sera proposé qu'à la clientèle groupes.

**2.3** Vous étudiez la rentabilité de ce produit en répondant aux questions suivantes.

**2.3.1** Sur la base du nombre maximal de participants, calculez le coût de production global en distinguant les charges variables et les charges fixes.

**2.3.2** A partir de vos calculs précédents, dégagez le résultat de ce produit.

**2.3.3** Calculez le nombre de participants nécessaires pour atteindre le seuil de rentabilité. Interprétez la valeur obtenue.

## **LISTE DES ANNEXES**

**Annexe 1 : La filière du Tourisme de Découverte Économique**

Sources : Enquête sur le tourisme de découverte économique en France en 2003 (Étude qualitative) - *Extraits*  
Étude réalisée par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI) et la direction du tourisme (2004) - *Extraits*

**Annexe 2 : Table ronde : Ouvrir ses portes, un atout pour l'entreprise – Extraits**

Source : sixièmes rencontres nationales de la visite d'entreprise - Saintes, les 9 et 10 mars 2004  
Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Limousin Poitou-Charentes

**Annexe 3 : Le label Destination Entreprises**

Source : Présentation du label Destination Entreprises - Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Languedoc-Roussillon (CRCI du LR) – 6 avril 2005

**Annexe 4 : Localisation des entreprises labellisées en Languedoc-Roussillon**

Source : [www.sunfrance.com](http://www.sunfrance.com) ; site Internet du Comité Régional du Tourisme du Languedoc-Roussillon

**Annexe 5 : Le Tourisme de Découverte Économique en Lozère**

Source : [www.lozere-visite-entreprise.com](http://www.lozere-visite-entreprise.com) ; site de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Mende

**Annexe 6 : Fiche technique sur le fichier clientèle individuelle du SLA de la Lozère**

**Annexe 7 : Documentation touristique**

Sources : Office de Tourisme de Florac. Comité Départemental de Tourisme de la Lozère

**Annexe 8 : Programme du séjour Découverte du Patrimoine des Gorges du Tarn**

**Annexe 9 : Carte de la Lozère**

Source : IGN

**Annexe 1 : La filière du Tourisme de Découverte Économique**

**Source : Enquête sur le tourisme de découverte économique en France en 2003 (Étude qualitative)  
Étude réalisée par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI) et la  
Direction du Tourisme (2004)**

**Le Tourisme de Découverte Économique recouvre plusieurs réalités :**

**1. LA VISITE D'ENTREPRISES :**

Elle est :

- un produit touristique
- un outil de communication événementielle
- un outil de développement économique

Elle peut être combinée à d'autres pratiques touristiques :

- le tourisme d'affaires : les individus qui se déplacent dans un cadre professionnel peuvent être intéressés par la visite d'entreprise dans leur secteur d'activité ou d'un secteur proche
- un complément de séjour à vocation culturelle.

**2. LE PATRIMOINE INDUSTRIEL ET LES MUSÉES PATRIMOINE**

Le patrimoine industriel est relatif à des sites, des productions et des savoir-faire qui font partie de l'histoire industrielle nationale ou locale. Ce patrimoine est également mis en valeur via des musées patrimoine ;

**3. LES SITES SCIENTIFIQUES**

Sites scientifiques dont l'activité est en relation avec la découverte économique : parcs scientifiques spécialisés...

Les enquêtes 2003 de l'ACFCI et de la direction du tourisme visent à disposer de données sur la composition des clientèles, cerner les modalités d'organisation des visites, évaluer le niveau de professionnalisation de la visite.

Les enjeux auxquels le Tourisme de Découverte Économique répond pour les territoires, pour les entreprises et pour les hommes, rendent nécessaire une observation fine de cette filière.

*Deux types d'enquêtes ont été réalisées en 2003 :*

- l'une quantitative portant d'une part sur les entreprises en activité et d'autre part sur les Musées Patrimoine et les Sites Scientifiques. Après avoir réalisé une enquête unique sur cette même population au cours des quatre premières années, il s'est avéré que les entreprises connaissent des problématiques différentes par rapport aux musées patrimoine et aux sites scientifiques. L'accueil du public est le plus souvent une activité annexe alors que pour ces derniers, c'est leur cœur de métier.
- l'autre qualitative relative aux entreprises en activité.

**Source : Les Guides d'information / Tome 2 : Organiser des Journées Portes Ouvertes dans une entreprise  
ACFCI / CCI de Savoie – Septembre 2004**

Qu'elle soit nationale ou étrangère, la demande s'accroît et la France est en train de combler petit à petit son retard. Selon certaines sources seulement 15 à 20 % des entreprises françaises sont ouvertes au public, comparé à d'autres pays tels que l'Allemagne, les USA ou le Japon pour lesquels environ 70 à 80 % des entreprises ouvrent leur portes au public.

L'organisation d'opérations ponctuelles telles que les journées portes ouvertes contribue à promouvoir cette nouvelle pratique touristique qu'est la visite d'entreprise et encourage davantage d'entreprises à ouvrir leurs portes dans le but de faire découvrir aux visiteurs leur savoir-faire.

Source : *Tourisme de découverte économique – Spécial entreprises*  
 Assemblée des Chambres françaises de Commerce et d'Industrie – Mars 2004

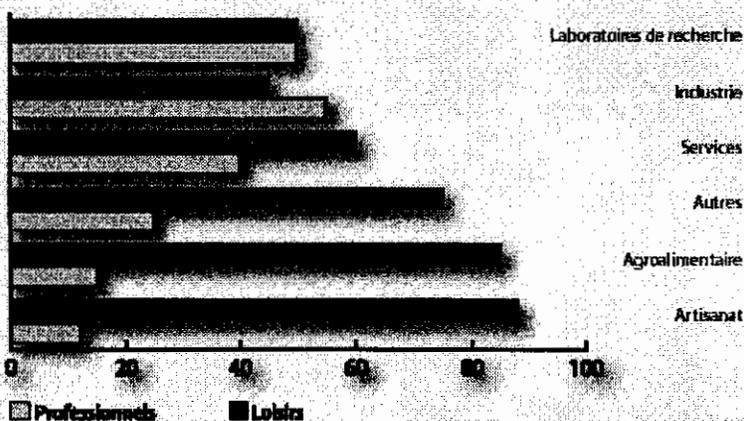
**Typologie des clientèles**

Nationaux.....	85%
Etrangers.....	15%
Agrément/loisirs.....	82%
Professionnels.....	18%
Groupes.....	57%
Dont scolaires.....	38%
Individuels.....	43%

L'agroalimentaire (22%), les laboratoires de recherche (15%) et l'artisanat (15%) enregistrent les taux les plus importants de visiteurs étrangers. Les entreprises se sont adaptées à cette clientèle : 37% proposent des visites en langues étrangères.

Cumulant 88 % des visiteurs, l'agroalimentaire, l'artisanat et les 'autres' (presse, agriculture, santé, bâtiment...) constituent les 3 secteurs les plus plébiscités par le public.

Toutefois, il est intéressant de constater que les laboratoires de recherche, s'ils sont encore peu ouverts au public affichent le plus important ratio entreprise/nombre de visiteurs.



Répartition par secteur des clientèles professionnelles et de loisirs (en %)

La clientèle se compose en majorité de groupes (57%), signe que les visites s'organisent et se structurent, puisque l'accueil des groupes nécessite une organisation particulière et marque l'existence d'une politique de gestion des flux.

On note que, parmi les groupes, les scolaires (écoliers, collégiens, lycéens et étudiants) représentent plus d'un tiers des visiteurs. Les entreprises visent ce type de public principalement dans un objectif pédagogique et de recrutement : la visite permet de mettre en lumière un métier et des savoir-faire, spécialement dans les branches qui connaissent une pénurie de main d'œuvre. Le public scolaire cherche à réinvestir les savoirs acquis, à découvrir des débouchés et la vie en entreprise.

**Motivation des visiteurs**

82% des visiteurs ont pour motivation l'agrément et les loisirs (les scolaires et les étudiants sont inclus dans cette catégorie). Les motivations sont diverses : connaître les produits et services que l'on consomme, découvrir le patrimoine économique d'une région, se cultiver, etc. La clientèle de loisirs est davantage intéressée par l'artisanat (88%), l'agroalimentaire (85%) et les 'autres' (75%).

18% des visiteurs sont des professionnels (clients actuels ou potentiels, fournisseurs, salariés, actionnaires...). Ce résultat rappelle l'importance du volet commercial des visites : 'Business to business', échanges de savoir-faire, export...

Les laboratoires de recherche (50%), l'industrie (45%) et les services (40%) reçoivent logiquement le plus de visiteurs professionnels.

**82%**  
**18%**

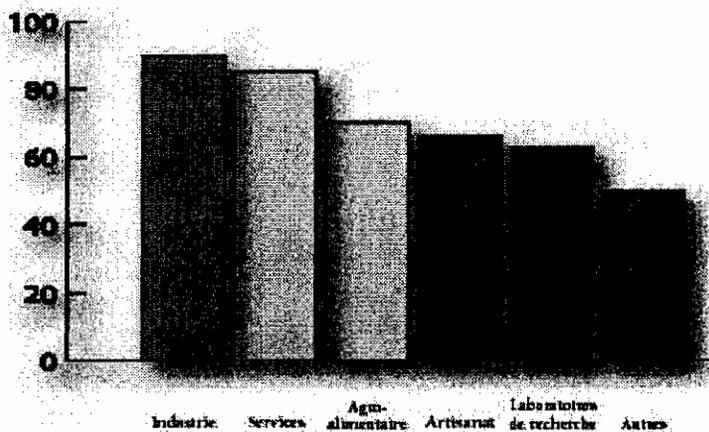
**Professionalisation des visites**

- Les visites guidées (75%) sont largement majoritaires, caractéristique d'une professionnalisation accrue de la filière (51% des entreprises proposent des visites guidées gratuites et 24% proposent des visites guidées payantes). Elles sont assurées par un membre de l'entreprise dans 95% des cas.
- 37% des entreprises proposent des visites en langues étrangères.
- 94% des entreprises exigent une réservation préalable à la visite.
- 54% des entreprises exploitent des supports à la visite de type vidéos, conférences, diaporama, expositions, dégustations...

La majorité des visites est gratuite (72%). Toutefois, si l'on considère la réticence traditionnelle des entreprises à appliquer un droit d'entrée, la part des visites payantes est notable (1/3 des entreprises). La structuration

et la professionnalisation des visites ont un coût qui se répercute sur le choix de la tarification des visites.

Le choix de la gratuité ou de la tarification des visites varie selon les secteurs :



**Gratuité des visites selon le secteur d'activité (en %)**

Le choix de la gratuité traduit un objectif de communication de la part de l'entreprise ; inversement, le choix de la tarification signifie que la visite est considérée comme un produit commercial.

Le tarif moyen des visites guidées s'élève à 7.5 € alors que pour les visites libres, il est de 5 €.

57 % des entreprises disposent d'un lieu de vente à l'issue de la visite. L'enjeu commercial que représentent les visites est ici largement confirmé.

En moyenne, 50 % des visiteurs effectuent un achat à la suite d'une visite, tous secteurs confondus, avec un maximum de 67 % dans l'agroalimentaire et un minimum de 25 % dans l'industrie.

80 % des entreprises vendent les produits fabriqués par l'entreprise, 8% de la documentation payante et 22 % d'autres produits : articles publicitaires, produits régionaux et des objets souvenirs...

La dépense moyenne d'un visiteur s'élève à 28 € et atteint 50 € dans l'industrie. La tarification des visites ne constitue pas un frein à l'achat puisque le taux d'acheteurs à la suite d'une visite payante est de 53%.

En moyenne, les ventes consécutives aux visites représentent 36% du chiffre d'affaires des entreprises. Ce résultat est à relativiser car seulement une entreprise sur dix a précisé la part de ses ventes par rapport à son chiffre d'affaires.

**Annexe 2 : Extraits choisis de la Table ronde 1 : « Ouvrir ses portes, un atout pour l'Entreprise »**

**Source : sixièmes rencontres nationales de la visite d'entreprise - Saintes, les 9 et 10 mars 2004**  
**Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Limousin Poitou-Charentes**

Sont intervenus au cours de cette table ronde :

**Jean-Claude MUSSET**, président de l'association Terre Active de Montauban. Cette association regroupe une vingtaine d'entreprises ouvertes à la visite tout au long de l'année sur trois départements.

**Lionel DELAYGUE**, gérant de la société Royal Limoges (Porcelaine), Président de la commission « Tourisme de Découverte Économique » à la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne.

**Pierre JOUVENAL**, chocolatier au Paradis du Chocolat.

**Cécile GAY**, chargée du tourisme à la CRCI Nord Pas-de-Calais

Animateur : **Didier ADES**, journaliste à France-Inter, coproducteur de l'émission « Rue des entrepreneurs »

**Didier ADES** : monsieur Jouvenal, depuis combien de temps et pour quelles raisons faites-vous visiter votre chocolaterie ?

**Pierre JOUVENAL** : Il y a près de dix ans, une journaliste est venue visiter ma chocolaterie pour les besoins d'un reportage. A la fin de la visite, voyant que j'étais passionné par mon métier, elle m'a demandé si j'envisageais d'ouvrir un musée du chocolat. Bien que n'ayant jamais pensé à cette possibilité, je lui ai pourtant répondu que c'était prévu et que ce musée ouvrirait prochainement ses portes. Afin de pouvoir répondre aux règles d'hygiène et de sécurité, j'ai donc créé un lieu pour accueillir les visiteurs. Cet endroit est équipé de grands écrans qui permettent de visualiser les différentes techniques de travail de l'atelier. J'organise également mon emploi du temps afin de pouvoir recevoir en personne les touristes.

**Didier ADES** : Combien de visiteurs avez-vous reçus ? Quel est le prix de la visite ?

**Pierre JOUVENAL** : Près de 20 000 personnes visitent le musée chaque année. L'objectif étant d'autofinancer cette activité, nous avons décidé de fixer le prix du billet en fonction de la prestation rendue. L'entrée est aujourd'hui de six euros pour une visite commentée. Nous offrons également des visites gratuites pour nos clients ou à l'occasion d'opérations ponctuelles.

**Didier ADES** : Augmentez-vous vos ventes grâce aux visites du musée ?

**Pierre JOUVENAL** : J'ai souhaité que ce musée soit avant tout une vitrine du métier de chocolatier et non un lieu de vente. Le musée et le magasin sont donc deux lieux distincts. Chacun est libre d'acheter du chocolat à la suite de la visite.

**Didier ADES** : Quelles sont les actions mises en œuvre par la CRCI Nord- Pas-de-Calais ?

**Cécile GAY** : Dans le Nord- Pas-de-Calais, nous encourageons les entreprises à ouvrir leurs portes en rappelant que l'organisation de visites à destination du grand public est un excellent vecteur de communication. Les sites industriels classés SEVESO ont par exemple souvent mauvaise presse. La visite du site et la présentation des solutions mises en œuvre pour limiter les désagréments liés à l'activité industrielle permettent souvent de rassurer les populations locales. Chaque année, des journées portes ouvertes sont organisées sur le modèle des journées du patrimoine, en partenariat avec la CRCI Nord- Pas-de-Calais. Nous aidons les entreprises qui accueillent le public en proposant des kits de communication et en assurant la promotion de cet événement. Le plus difficile consiste souvent à les convaincre une première fois de l'intérêt de cette manifestation. Près de 80 % des entreprises souhaitent ensuite renouveler l'opération l'année suivante. Suite à ces journées, certaines s'engagent même à ouvrir leurs portes plus régulièrement au cours de l'année pour un nombre de visiteurs plus réduit.

**Didier ADES** : Lionel Delaygue, en tant que chef d'entreprise, quelle est l'utilité de ces visites ?

**Lionel DELAYGUE** : L'aspect lucratif ne doit pas être ignoré. Les visites débutent et se terminent d'ailleurs dans le magasin d'usine. Il faut rappeler que notre concurrent allemand Meissen enregistre près de 400 000 visiteurs chaque année et réalise la moitié de son chiffre d'affaires grâce aux visites d'entreprise.

**Didier ADES** : Comment s'organise la visite ?

**Lionel DELAYGUE** : La maison est très ancienne et la configuration des locaux ne se prête pas forcément à la visite. Certaines zones ne sont d'ailleurs accessibles qu'accompagné d'un guide, afin de ne pas trop déranger la production. Nous avons organisé un véritable circuit de visite. Les commentaires sont également traduits en plusieurs langues et les places de stationnement ont été augmentées.

**Didier ADES** : Que vous apportent ces visites ? Votre chiffre d'affaires a-t-il augmenté ?

**Lionel DELAYGUE** : Les ventes de produits à l'issue des visites ont, cette année, sauvé notre chiffre d'affaires.

**Didier ADES** : monsieur Musset, en tant que président de l'association Terre Active de Montauban, vous essayez de promouvoir l'image des entreprises de votre région.

**Jean-Claude MUSSET** : A l'inverse du Gers qui possède une identité propre, le Lot-et-Garonne et le Tarn-et-Garonne sont deux départements qui souffrent d'un déficit de notoriété auprès du grand public. Cette association a donc été créée dans le but de mieux les faire connaître.

**Didier ADES** : Ces visites ne perturbent-elles pas l'activité de l'entreprise ?

**Jean-Claude MUSSET** : L'ouverture de l'entreprise à la visite a également des conséquences positives sur le comportement du personnel. Ce dernier a tendance à travailler mieux, plus proprement. Le sentiment d'appartenance à l'entreprise est en effet renforcé.

**Cécile GAY** : La visite d'entreprise est également un excellent moyen pour aller à la rencontre de sa clientèle. C'est en effet un temps d'échanges pendant lequel une relation directe s'établit entre l'entrepreneur et les visiteurs. Cet aspect affectif ne doit pas être négligé car il joue ensuite un rôle primordial dans l'acte d'achat. Il faut donc être prudent car la visite d'entreprise est un outil de communication directe très efficace.

**Lionel DELAYGUE** : L'entreprise Madrange a dernièrement ouvert ses portes au public afin de susciter des vocations de boucher chez les jeunes visiteurs. Nous avons également en région Limousin une usine de pâte à papier qui emploie une grande partie de la population locale. Cette entreprise organise des visites de son site de production afin de montrer aux habitants de la région les efforts réalisés pour limiter les désagréments liés à son activité.

*Didier ADES donne la parole à une personne de la salle choisie au hasard.*

**Alain DAGUIER, directeur de l'Office du Tourisme de Saintes**

Les entreprises dont nous venons de parler ont toute une vocation commerciale et la visite de leur site peut générer une augmentation de leur chiffre d'affaires. Certains secteurs d'activité ne sont pourtant pas mercantiles par nature. La ville de Saintes propose par exemple la visite des haras nationaux, dont la finalité première est de promouvoir les races équines. Cet établissement où travaillent des professionnels de la génétique n'était pas à l'origine destiné à accueillir des visiteurs.

Chaque année, l'Office du Tourisme de Saintes publie un catalogue présentant les atouts touristiques du territoire de la Saintonge. Nous faisons la promotion de nos entreprises car la visite de leur site est aujourd'hui une activité prisée des tours-opérateurs qui souhaitent l'inclure dans un circuit touristique plus général.

**Didier ADES** : De quelle manière pouvez-vous aider les entreprises à ouvrir leurs portes au public ?

**Alain DAGUIER** : Nous leur apportons notre capacité de promotion, par le biais de publications, de communications sur Internet notamment. Nous sommes également les ambassadeurs du tourisme. A ce titre, nous pouvons par exemple mettre en parallèle la capacité d'accueil de notre territoire et les demandes de visite que nous enregistrons. Une collaboration encore plus étroite devrait exister entre les offices du tourisme et les entreprises de la région.

**Annexe 3 : Le label Destination Entreprises**

**Source : Présentation du label Destination Entreprises - Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Languedoc-Roussillon (CRCI du LR) – 6 avril 2005**

**L'origine du label :**

Le Tourisme de Découverte Économique occupe de plus en plus de place dans les discours publics, institutionnels et privés du tourisme, de la presse et les chefs d'entreprises eux-mêmes envisagent plus aisément l'ouverture de leur établissement comme un des outils aux services de leur stratégie globale.

La visite d'entreprises est une filière porteuse d'avenir tant sur le plan économique que touristique qui intéresse fortement les pouvoirs publics. Ainsi en 2001, le secrétariat d'état au tourisme avec le concours des chambres de commerce et d'industrie a décidé de mettre en place une démarche qualité nationale pour la visite d'entreprises.

Les travaux menés au plan national ont permis de donner naissance à un label, aujourd'hui reconnu par l'ensemble des acteurs du tourisme : Destination Entreprises.

Destination Entreprises est une marque déposée, propre à la filière tourisme de Découverte Économique, qui a pour but de valoriser la qualité des visites. La région Languedoc-Roussillon a été choisie comme région test pour la mise en place du label national Destination Entreprises.

**Les objectifs du label :**

- Structurer la filière visite d'entreprise ;
- Développer un signe de qualité pour le touriste ;
- Favoriser l'appartenance à un réseau national et bénéficier d'outils de promotions communs.

**La charte de qualité :**

*Charte de Qualité*  
*Destination Entreprises*

**Nos promesses qualité :**

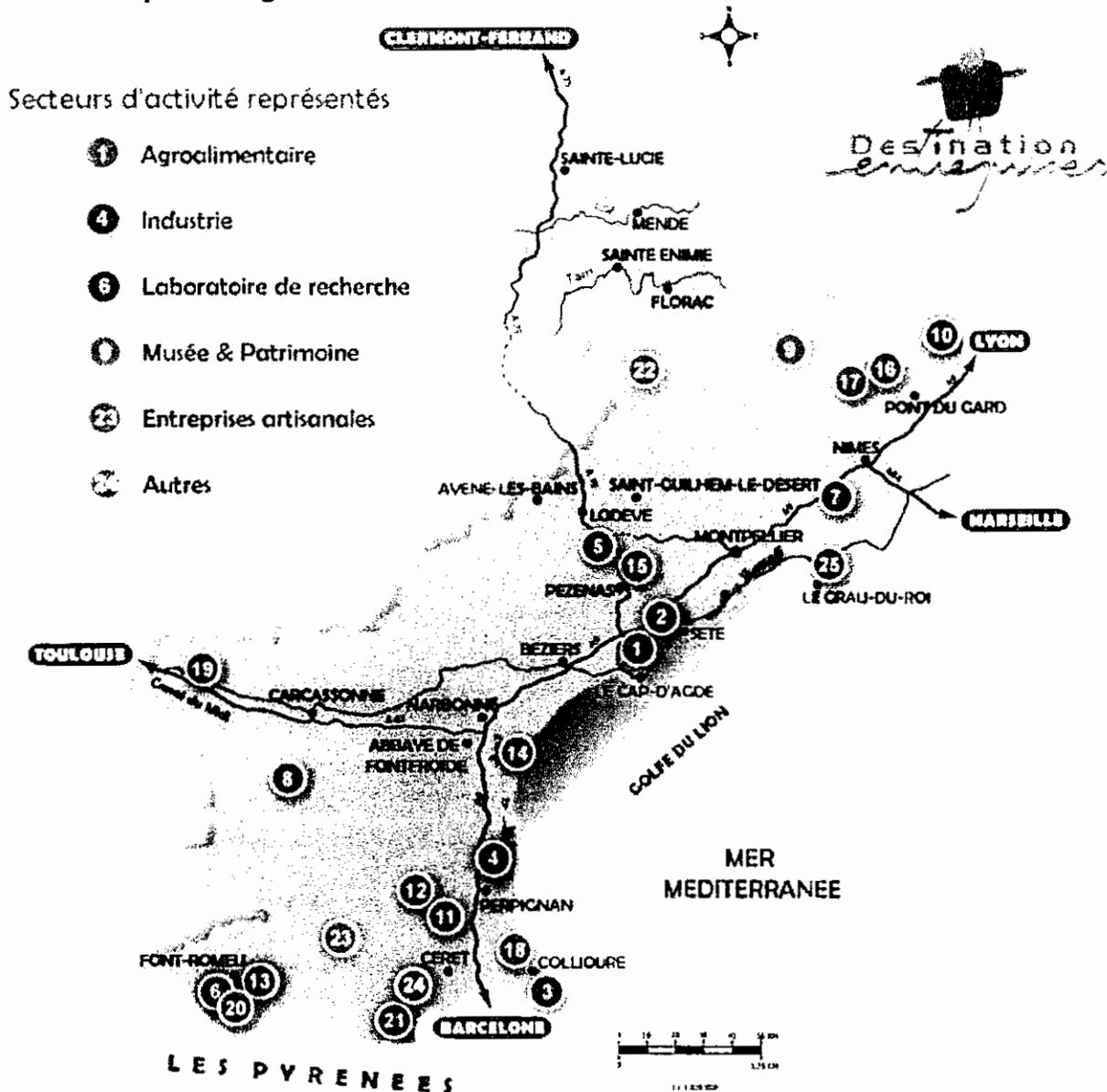
- ◆ Proposer une visite permettant de valoriser notre culture d'entreprise, nos savoir-faire, nos métiers, nos techniques.
- ◆ Présenter l'historique de notre entreprise et tout ou partie de son processus de production, de manière interactive.
- ◆ Faciliter la venue des différents types de clientèles ciblées. Respecter les modalités de visite et les présenter dans les supports de communication existants.
- ◆ Identifier au sein de notre entreprise une personne responsable de l'organisation et de la gestion des visites, notamment pour les réservations.
- ◆ Faciliter la venue des visiteurs grâce à une signalisation externe efficace et mettre à disposition, à proximité une aire pour le stationnement des visiteurs.
- ◆ Mettre en place un espace d'accueil spécifique.
- ◆ Mettre en place un parcours de visite structuré et sécurisé.
- ◆ Réaliser une visite guidée.
- ◆ Disposer de documents de présentation de notre entreprise et le cas échéant, diffuser la plaquette de présentation de l'opération collective.
- ◆ Porter une attention particulière au visiteur jusqu'à son départ.

Fait à .....

Le .....  
(Cachet de l'entreprise)



**Annexe 4 : Situation des entreprises labellisées en Languedoc-Roussillon**  
**Carte des entreprises régionales à visiter**



- 1/ Chais Noilly Prat ~ Marseillan (34)
- 2/ Ecosite du Pays de Thau ~ Mèze (34)
- 3/ Cellier des Templiers ~ Banyuls-sur-Mer (66)
- 4/ OMYA ~ Salses-le-Château (66)
- 5/ Huilerie Coopérative de Clermont l'Hérault ~ Clermont l'Hérault (34)
- 6/ CNRS - Le Grand Four Solaire ~ Odeillo (66)
- 7/ Perrier ~ Vergèze (30)
- 8/ Sieur d'Arques ~ Limoux (11)
- 9/ Mine Témoin d'Alès ~ Alès (30)
- 10/ SOCODEI-CENTRACO ~ Bagnols-sur-Cèze (30)
- 11/ Cusenier - Caves Byrrh ~ Thuir (66)
- 12/ Coopérative Oléicole La Catalane ~ Miillas (66)
- 13/ Four Solaire de Mont-Louis ~ Mont-Louis (66)

- 14/ Salins du Midi ~ Gruissan (11)
- 15/ Miellerie Rouquette ~ Paulhan (34)
- 16/ Haribo ~ Uzès (30)
- 17/ Huilerie Artisanale du Pont du Gard ~ Collorgues (30)
- 18/ Cap d'Ona ~ Argelès-sur-Mer (66)
- 19/ SODICAS ~ Castelnaudary (11)
- 20/ Charcuterie de Cerdagne ~ Saillagouse (66)
- 21/ Vallespir Sandales ~ Saint-Laurent de Cerdans (66)
- 22/ L'Observatoire du Mont-Aigoual ~ Valleraugue (34)
- 23/ Casa Perez ~ Prades (66)
- 24/ Chaîne Thermale du Soleil ~ Amélie-les-Bains (66)
- 25/ Salins du Midi ~ Aigues-Mortes (30)
- 26/ Bijouterie Calvet ~ Prades (66)

Légende : (11) Aude – (30) Gard – (34) Hérault – (48) Lozère – (66) Pyrénées Orientales

**BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006**  
**E5 – Etude d'Opérations Touristiques**

**Annexe 5 : Le Tourisme de Découverte Économique en Lozère**

Structures	Activités	Historique	Descriptif de la visite	Divers
<p><b>Couteaux Bastide</b> Corniche des Cévennes 48110 Saint-Roman de Tousque</p> <p><b>Contact réservation :</b> Joëlle DELANSORNE <b>Tél. :</b> 04 66 44 70 72 <b>Fax :</b> 04 66 44 72 92 <b>E-mail :</b> <a href="mailto:info@bastide-knives.com">info@bastide-knives.com</a> <b>Site :</b> <a href="http://www.bastide-knives.com/">http://www.bastide-knives.com/</a></p>	<p>Conception, fabrication - partielle sur place - et assemblage de couteaux pliants et couteaux de table. Spécialité : conception de nouveaux mécanismes d'ouverture et fermeture de couteaux pliants.</p>	<p>En 1993, Yves Neveux a repris l'activité d'un forgeron-taillandier et créé ainsi son atelier de coutellerie.</p>	<p>Accueillis dans la boutique de l'entreprise, vous pourrez admirer ses réalisations. Après un bref historique, les activités vous seront présentées. Yves Neveux vous fera alors découvrir les différentes étapes de la production (affûtage des lames, découpe, tournage et finition des bois et montage).</p>	<p><b>Public</b> Tous publics. Groupes (15 personnes max). <b>Période d'ouverture</b> Toute l'année pour la boutique. L'atelier n'est pas visitable en juillet et août. <b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> L'entreprise BASTIDE fait partie de ces rares ateliers de fabrication de couteaux artisanaux et de haute qualité. On est surpris de la haute technologie et du nombre d'opérations nécessaires à la fabrication d'un couteau. La créativité et l'ingéniosité d'Yves Neveux pourront satisfaire la soif de savoir des plus "éclairés" d'entre vous.</p>				
<p><b>Cordesme Meubles S. A</b> route de Mende 48100 Palhers</p> <p><b>Contact réservation :</b> Georges CORDESSE <b>Tél. :</b> 04 66 32 08 13 <b>Fax :</b> 04 66 32 38 69</p> <p><b>E-mail :</b> <a href="mailto:info@cordesse.com">info@cordesse.com</a> <b>Site :</b> <a href="http://www.cordesme.com">http://www.cordesme.com</a></p>	<p>Fabrication de meubles de A à Z depuis la réception des matières premières aux dernières finitions.</p>	<p>L'entreprise Cordesse est une entreprise familiale qui a su évoluer et se moderniser. Georges Cordesse a repris en 1965 l'entreprise de son père. Depuis 1997, la relève est assurée par ses deux fils Alain et Yves.</p>	<p>La visite se déroule en 4 étapes : réception des matières premières, fabrication des meubles, finitions et boutique. Elle permet découvrir les ateliers de montage et le spectaculaire de scies et autres machines à bois à commande numérique.</p>	<p><b>Public</b> Tous publics. Groupes (15 personnes). <b>Période d'ouverture</b> L'entreprise est fermée du 15/07 au 15/08 et les week-ends. <b>Durée de la visite :</b> 0h45. <b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> La visite permet d'assister à la magie de la transformation du simple morceau de bois en produit fini. Chaque étape est très concrète et parlante. L'intérêt pédagogique est indéniable. Ce sera aussi l'occasion pour certains de trouver le meuble recherché depuis si longtemps...</p>				
<p><b>Crodarom</b> ZA Les Plaines 48230 Chanac</p> <p><b>Contact réservation :</b> Thierry MORIN <b>Tél. :</b> 04 66 48 20 27 <b>Fax :</b> 04 66 48 28 41 <b>E-mail :</b> <a href="mailto:crodarom@crodarom.fr">crodarom@crodarom.fr</a> <b>Site :</b> <a href="http://www.crodarom.fr/">http://www.crodarom.fr/</a></p>	<p>CRODAROM (ex Phytotex) est partie de la parfumerie pour devenir l'un des principaux producteurs de composants à base de plantes destinés à la cosmétique.</p>	<p>La petite société de 4 personnes qui fabriquait dans les années 1960 des extraits de narcisses et de jonquilles pour la parfumerie a aujourd'hui intégré le groupe Croda et est leader européen pour la préparation d'extraits végétaux.</p>	<p>La visite permet de découvrir toutes les étapes de la préparation d'extraits de plantes pour l'industrie cosmétologique, de l'extraction du principe actif jusqu'à l'élaboration de la base finale par addition d'huile végétale.</p>	<p><b>Public</b> Institutionnels, professionnels ou scolaires (ayant des bases en physique et chimie). <b>Période d'ouverture</b> Ouvert tous les jours de l'année (sauf week-ends). <b>Durée de la visite :</b> 0h45. <b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> La visite de Crodarom permet de faire découvrir concrètement les métiers de la physique et de la chimie à des groupes scolaires. A un autre niveau, l'histoire de ce site constitue aussi une illustration de la construction européenne puisque le site de Chanac est né du regroupement en un point des activités végétaux du groupe Croda hier disséminées dans plusieurs pays européens.</p>				

**BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006**  
**E5 – Etude d'Opérations Touristiques**

Structures	Activités	Historique	Descriptif de la visite	Divers
<p><b>Cuisines Meissonnier</b> Route du Malzieu 48200 Saint-Chely-d'Apcher</p> <p><b>Contact réservation :</b> Chantal MEISSONNIER <b>Tél. :</b> 04 66 31 01 71 <b>Fax :</b> 04 66 31 04 89</p> <p><b>Site :</b> <a href="http://www.meissonnier.fr/">http://www.meissonnier.fr/</a></p>	<p>Conception, fabrication et pose de cuisines et de hottes.</p>	<p>Entreprise familiale fondée par un compagnon au début du XXème siècle, Meissonnier Cuisines a su se moderniser et évoluer au fil du temps.</p>	<p>La visite suit le process de fabrication d'une cuisine intégrée: usinage du bois, découpe, assemblage, finitions... Elle se termine dans le hall d'exposition.</p>	<p><b>Public</b> Tous publics, scolaires, groupes...</p> <p><b>Période d'ouverture</b> Fermé au mois d'août et les week-ends.</p> <p><b>Durée de la visite :</b> 0h30 à 0h45.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Une visite très pédagogique pour tous ceux qui ont un projet d'achat d'une cuisine ou qui souhaitent découvrir les métiers du bois.</p>				
<p><b>Filature des Calquières</b> rue des Calquières 48300 Langogne <b>Tél. :</b> 04 66 69 25 56 <b>Fax :</b> 04 66 69 27 92</p> <p><b>E-mail :</b> <a href="mailto:filature-calquieres@worldonline.fr">filature-calquieres@worldonline.fr</a></p> <p><b>Site :</b> <a href="http://www.filature-calquieres.com/">http://www.filature-calquieres.com/</a></p>	<p>Transformation de la laine</p>		<p>Vous assisterez à la transformation en de multiples étapes, de la laine en bourre à l'écheveau prêt à tricoter. L'espace muséographique, l'atelier pédagogique, vous permettront de voir, toucher, manipuler divers outils contemporains. Scénographie, bornes interactives, diaporama, expositions et l'espace boutique compléteront agréablement cette visite.</p>	<p><b>Public</b> Tout public.</p> <p><b>Période d'ouverture</b> Des stages de tissage sont proposés à la demande pour petits et grands, classes ou individuels.</p> <p><b>Droits d'entrée</b> Groupes adultes : 4.50 euros. Groupes enfants : 3 euros Adultes : 5.50 euros Enfants (4 à 12 ans) : 3.50 euros</p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Témoignage vivant d'une activité essentielle pour la cité, vous serez surpris par ces machines du XIXème siècle actionnées par une roue à aubes et la magie de l'eau.</p>				
<p><b>Lycée Roussel</b> 15, Rue du Dr. Dalle 48200 Saint-Chely-d'Apcher</p> <p><b>Contact réservation :</b> Evelyne DINTRANS <b>Tél. :</b> 04 66 31 02 51 <b>Fax :</b> 04 66 31 05 01</p> <p><b>Site :</b> <a href="http://www.ac-montpellier.fr/">http://www.ac-montpellier.fr/</a></p>	<p>Le lycée Théophile Roussel propose des formations professionnelles et technologiques.</p>		<p>Cette visite permet aux futurs élèves ainsi qu'à leurs parents et professeurs de découvrir le cursus et les équipements du lycée Théophile Roussel.</p>	<p><b>Public</b> Tous publics, scolaires.</p> <p><b>Période d'ouverture</b> Ouvert toute l'année sauf vacances scolaires.</p> <p><b>Durée de la visite :</b> 0h45.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Une visite qui permet de découvrir les points forts de la scolarité au lycée Théophile Roussel.</p>				
<p><b>Magnanerie de la Roque</b> 48110 Molezon</p> <p><b>Contact réservation :</b> Véronique GUELAUD <b>Tél. :</b> 04 66 45 28 79 <b>Fax :</b> 04 66 45 28 79</p> <p><b>E-mail :</b> <a href="mailto:Mairie.Molezon@wanadoo.fr">Mairie.Molezon@wanadoo.fr</a></p>	<p>Musée de la sériciculture (élevage des vers à soie).</p>	<p>Créé à l'initiative du parc National des Cévennes, le musée a pris place dans une ancienne magnanerie. Il est géré par la commune de Molezon.</p>	<p>Dans cette authentique magnanerie d'antan, vous pourrez découvrir les différentes étapes de l'élevage du vers à soie, son impact sur l'architecture et le modelage des paysages cévenols.</p>	<p><b>Public</b> Tout public à partir de 5 ans.</p> <p><b>Période d'ouverture</b> Ouvert tous les jours sauf le mardi. En juin, élevage du vers à soie et démonstration de dévidage de cocons.</p> <p><b>Durée de la visite :</b> 1h00.</p> <p><b>Droits d'entrée</b> Adultes : 3 euros Enfants : 2 euros Groupes : 1.5 euros</p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Au cœur des Cévennes, dans la Vallée française, vous vous trouverez littéralement immergés dans le cadre naturel (pré de mûriers) et le bâti qui constituèrent le lieu de cette activité.</p>				

**BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006**  
**E5 – Etude d'Opérations Touristiques**

Structures	Activités	Historique	Descriptif de la visite	Divers
<p><b>Musée de la métallurgie</b> Route de Fournels 48200 Saint-Chély d'Apcher</p> <p><i>Contact réservation :</i> Jean ROUX <i>Tél. :</i> 04 66 31 29 38 <i>Fax :</i> 04 66 31 29 38</p>	Musée de la métallurgie	Le musée de la métallurgie a été créé en 1990 par des retraités de la métallurgie qui animent eux-mêmes les visites.	Le circuit de visite vous permettra de comprendre cette activité industrielle à travers différentes thématiques : les origines de l'électro-métallurgie, les hommes et leurs outils de travail, les événements sociaux, les produits fabriqués et leur destination, l'usine moderne.	<p><b>Public</b> Tous publics. Groupes : au moins 10 personnes. <b>Période d'ouverture</b> Juin : 14h00 à 17h30 / juillet à septembre : 10h00 à 12h00 et 14h00 à 17h30. <b>Durée de la visite :</b> 1h00 à 1h30. <b>Droits d'entrée</b> Adulte : 4 euros Groupe (minimum 10 personnes) : 3 euros Enfant (moins de 10 ans) : 1 euro</p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Le visiteur découvre avec curiosité que les produits fabriqués à Saint-Chély sont partie intégrante de sa vie quotidienne.</p>				
<p><b>QUEZAC - NESTLE WATERS FRANCE S.A(Perrier Vittel S.A)</b> Molines 48320 Ispagnac</p> <p><i>Contact réservation :</i> Mlle BOUDON <i>Tél. :</i> 04 66 45 47 15 <i>Fax :</i> 04 66 45 47 17</p> <p><i>E-mail :</i> <a href="mailto:smemqi@wanadoo.fr">smemqi@wanadoo.fr</a></p>	Usine d'embouteillage de la célèbre eau minérale Quézac naturellement gazeuse et riche en sels minéraux et oligo-éléments.	Connue depuis la préhistoire, renommée déjà à l'époque gallo-romaine, l'eau de Quézac est aujourd'hui captée et distribuée dans de jolies bouteilles bleues par la société Nestlé Waters France S.A (Perrier Vittel France S.A).	La visite de l'usine d'embouteillage permet de découvrir toutes les étapes du conditionnement de cette eau minérale. La visite se termine par une dégustation	<p><b>Public</b> Tous publics, scolaires, groupes... Visite assurée également en anglais et allemand <b>Période d'ouverture</b> Tous les jours (sauf week-end et certains vendredis). Groupes de 15 pers. maxi Individuels : à 10h30 et à 14h30 <b>Durée de la visite :</b> 1h00 à 2h00. <b>Droits d'entrée</b> Adultes : 3 € 12 à 18 ans : 1.50 € Moins de 12 ans : gratuit Possibilité de tarif groupe.</p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Une usine parfaitement intégrée à un environnement exceptionnel, et le préservant. La visite, depuis une galerie vitrée, permet de bien visualiser le cheminement de ce précieux liquide naturel.</p>				
<p><b>Samin</b> Le Cros Haut 48230 Chanac</p> <p><i>Contact réservation :</i> Jacky CHARRIER</p> <p><i>Tél. :</i> 04 66 48 21 43 <i>Fax :</i> 04 66 48 27 15</p> <p><i>E-mail :</i> <a href="mailto:chanac@samin.saint-gobain.com">chanac@samin.saint-gobain.com</a></p>	Extraction de calcaire et de dolomite pour la verrerie et la céramique.	Créée en 1963, SAMIN est aujourd'hui affilié au groupe St Gobain. Sa production de sables, filler et graves est utilisée à 75 % pour la fabrication de verres et le reste, 13% à des fins agricoles et 12% par les travaux publics.	La visite débute à la carrière et suit toutes les opérations nécessaires à l'élaboration du produit final (graves, filler ou sables). La phase la plus spectaculaire - l'extraction - ne s'effectue que de mars à août.	<p><b>Public</b> Entreprises, institutionnels et groupes de 10 personnes maximum.</p> <p><b>Période d'ouverture</b> Tous les jours (sauf week-ends).</p> <p><b>Durée de la visite :</b> 1h00.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>
<p><b>Intérêt de la visite :</b> Un site tout à fait passionnant et très spectaculaire pour qui s'intéresse aux process industriels.</p>				

**BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006**  
**E5 – Etude d'Opérations Touristiques**

Structures	Activités	Historique	Descriptif de la visite	Divers
<p><b>Schistes Rocher</b>  Carrière de St-Julien-du-Tournel  48190 Bagnols-les-Bains</p> <p><b>Contact réservation :</b>  David ROCHER  Tél. : 04 66 47 62 67  Fax : 04 66 47 63 32</p> <p><b>E-mail :</b> <a href="mailto:schistesrocher@free.fr">schistesrocher@free.fr</a></p>	<p>Carrière d'extraction de schistes pour la construction : lauzes pour les toitures, dallages pour les sols, pierre à bâtir.</p>	<p>Le site de la carrière est exploité au moins depuis le Moyen Age. A cette époque, l'exploitation des matériaux était assurée par les seigneurs. Les techniques d'exploitation ont rapidement évolué au cours du XXème siècle avec les impératifs économiques et réglementaires.</p>	<p>On se trouve ici en présence d'une activité visible et spectaculaire. La pierre est extraite et travaillée sur place, ce qui rend l'observation très intéressante.</p>	<p><b>Public</b>  Tous publics, scolaires, groupes...</p> <p><b>Période d'ouverture</b>  Tous les jours (sauf week-ends).</p> <p><b>Durée de la visite :</b>  1h00.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>

**Intérêt de la visite :** La possibilité de prendre contact avec un métier manuel qui marque le patrimoine bâti et les paysages du Massif Central

<p><b>Sollac - Méditerranée</b>  48200 Saint-Chély-d'Apcher</p> <p><b>Contact réservation :</b>  Jean-Claude TALON  Tél. : 04 66 49 57 00  Fax : 04 66 49 57 10</p> <p><b>E-mail :</b> <a href="mailto:jean-claude.talon@sollac.usinor.com">jean-claude.talon@sollac.usinor.com</a></p> <p><b>Site :</b> <a href="http://www.usinor.com/">http://www.usinor.com/</a></p>	<p>Ce site est le seul producteur français de tôles à usage électrique, à grains non orientés.</p>	<p>L'usine de Saint Chély d'Apcher a été créée en juin 1916 par les Aciéries et Forges de Firminy. Elle fait aujourd'hui partie du groupe Usinor, 3<sup>ème</sup> producteur mondial d'acier brut.</p>	<p>Après l'accueil (exposé et vidéo), passage par tous les stades du process : décapage, laminage, dégraissage, recuit, refendage, emballage.</p>	<p><b>Public</b>  Tous publics, scolaires, groupes...</p> <p><b>Période d'ouverture</b>  Tous les jours (sauf week-ends et mois d'août).</p> <p><b>Durée de la visite :</b>  1h30.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>
--	--	--	---	--

**Intérêt de la visite :** Visite technique, très instructive, sur un site moderne qui rompt avec l'image habituelle de la sidérurgie.

<p><b>Verfeuille</b>  48160 Saint-Andéol de Clerguemort</p> <p><b>Contact réservation :</b>  Daniel MATHIEU  Tél. : 04 66 61 10 98  Fax : 04 66 61 11 28</p> <p><b>Site :</b>  <a href="http://www.verfeuille.com/">http://www.verfeuille.com/</a></p>	<p>Verfeuille commercialise une gamme de produits à base de marrons et de châtaignes, ainsi que des confitures.</p>	<p>La châtaigne est le pain des Cévennes. L'entreprise a été créée en 1990 par quatre cévenols d'adoption et fédère plusieurs producteurs de châtaignes.</p>		<p><b>Public</b>  Tous publics, scolaires, groupes...</p> <p><b>Période d'ouverture</b>  Tous les jours (sauf week-ends).</p> <p><b>Durée de la visite :</b>  0h30.</p> <p><b>Entrée gratuite</b></p>
--	---	--	--	---

**Intérêt de la visite :** VERFEUILLE vit en symbiose avec l'environnement. Son histoire est originale et attire la sympathie. Sa philosophie et ses produits sont dans l'air du temps.

**BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006**  
**E5 – Etude d'Opérations Touristiques**

**Annexe 6 : Fiche technique sur le fichier clientèle individuelle du SLA de la Lozère**

Afin d'optimiser la gestion et l'exploitation des informations détenues sur ses clients, le SLA de la Lozère a conçu une base de données avec le logiciel Access de Microsoft.

La base de données des clients individuels du SLA de la Lozère ne contient qu'une seule table appelée CLIENTS.

**Structure de la table CLIENTS :**

Nom du champ ou de l'attribut	Type	Description
Code Client	Alphanumérique <i>ou</i> texte	chaîne de caractères alphabétiques et numériques
Nom	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Prénom	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Adresse	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Code Postal	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Ville	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Tél	Oui/Non	si oui, cocher la case
Numéro Tél	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Mél	Oui/Non	
Adresse Mél	Alphanumérique <i>ou</i> texte	
Date premier contact	Date	permet de traiter le temps
Date dernier contact	Date	
Nombre de contacts	Numérique	permet un traitement mathématique

**Extrait de la table CLIENTS :**

Code Client	Nom	Prénom	...	Tél	Numéro Tél	...	Date premier contact	Date dernier contact	Nombre de contacts
12569	Dupont	Paul		<input checked="" type="checkbox"/>	0467859634		02/2000	10/2004	4
12570	Martin	Sarah		<input type="checkbox"/>			02/2000	02/2000	1

**Annexe 7 : Documentation touristique**

**Florac, une source dans la ville**

**L'Esplanade**

Le passage de la sous-préfecture est l'un des nombreux passages couverts qui se faufilent sous les maisons : vous venez de traverser les anciens remparts de Florac et vous vous trouvez à l'intérieur de la ville médiévale, à côté de la sous-préfecture.

**Le Planet**

A partir du Planet, vous entrez dans l'un des plus vieux quartiers de Florac, celui du Prieuré créé en 1130 par les moines de la Chaise-Dieu (près de Brioude). La cité s'est développée d'abord autour de l'axe de la Draille qui traversait le Vibron au pont de la Draille, au pied du quartier du Fourniol et empruntait ensuite l'actuelle rue de l'église.

**La Grand-rue**

Dans le prolongement de la rue du Pêcher (en occitan pesquié = vivier) et de la rue du Théron (mot d'origine gauloise signifiant : la source), la rue Armand Jullié est l'ancienne rue commerçante, bordée d'échoppes aux devantures caractéristiques. Florac comptait des tanneurs, des potiers, des teinturiers, des bourreliers, des cordonniers, de nombreux sabotiers, des serruriers, des maréchaux-ferrants, des tailleurs qui tenaient boutique sur cette rue.

**L'église Saint-Martin**

L'église primitive, celle du prieuré de la Chaise-Dieu, était à l'emplacement de l'église actuelle, entourée d'un cimetière. L'église actuelle, d'architecture néoclassique, date de 1833, comme le temple actuel, qui donne sur l'Esplanade. Elle comporte trois nefs, une abside, une absidiole. Sa voûte en berceau est soutenue par des arcades en plein cintre. Le "Pré de l'Eglise" est l'ancien foirail des moutons, bâti sur le vieux cimetière.

**L'ancien couvent**

Cette maison est classée monument historique depuis 1999, pour sa façade, sa toiture et son escalier intérieur qui donne accès à la tour, d'où l'on domine tout Florac. La façade, travaillée avec beaucoup de recherche, est de style Renaissance et date probablement de 1583 (inscription au dessus de la porte) date à laquelle le Sieur de La Clamouze aurait créé un hôpital dans ce bâtiment.

**Le Vibron**

Le Vibron fut, depuis le début des temps :

- ressource en eau potable (prises d'eaux) pour alimenter les nombreuses fontaines dans les différents quartiers de la ville, et pour l'irrigation des jardins,
- énergie pour faire tourner jusqu'à huit moulins (dérivations),
- vivier où on élevait le poisson (bassins d'élevage),
- eau courante où on lavait le linge (lavoirs), où l'on traitait les peaux (tanneries) et où l'on évacuait les eaux usées.

**Le ferradou**

Ce travail ou "ferradou" servait à ferrer les bœufs. Il est situé sur le foirail, près du poids public, où se tenaient les treize foires annuelles de Florac. Autrefois, ces foires drainaient toute la population paysanne des alentours et constituaient un élément essentiel de la vie économique et culturelle du pays. Elles étaient un lieu d'échanges entre les régions voisines.

**La pisciculture**

Installée en amont de l'ancien "Pont de la Draille", la pisciculture a continué une tradition d'élevage de poissons probablement très ancienne. Derrière les bassins d'élevage se trouve l'un des anciens moulins de Florac (le moulin de la source). Les moulins servaient à plusieurs usages : mouture du blé, extraction de l'huile de noix, foulage de la laine etc.

La fédération départementale de pêche gère en Lozère cinq piscicultures. Celle-ci a été créée en 1968 pour produire des truites arc-en-ciel, d'origine américaine, différentes de l'espèce sauvage autochtone, la truite fario.

**La source du Pêcher**

La source du Pêcher sort d'un gros éboulis par plusieurs venues d'eau (les griffons), dont aucune n'a pu être pénétrée jusqu'à présent.

D'où vient l'eau qui alimente cette source ?

La roche calcaire possède quantité de cavités, petites ou grandes, qui s'imprègnent d'eau jusqu'à en stocker des quantités considérables. Les sources jaillissent au contact des couches imperméables du sol (marnes, schiste...) à la base des calcaires. Mais, compte tenu de la disposition des couches géologiques ici, et avec la présence de marnes imperméables qui constituent un replat (La Planillère) à mi-versant, l'eau devrait s'écouler en direction du Tarn et il ne devrait pas y avoir de source à Florac !

**Château et foirail**

Rebâti en 1652, après les guerres de religion, le château de Florac occupe l'emplacement de l'ancien château féodal dont on retrouve mention dès le début du XIIIe siècle. Il est construit sur un mamelon de tuf et cette roche, avec le calcaire, a été utilisée pour sa construction. Le tuf est une roche issue des dépôts de la source : les eaux contiennent du carbonate de calcium qui a emprisonné mousses, brindilles, feuillages... Ces végétaux, en se décomposant, ont libéré les alvéoles creuses qui le caractérisent.

Depuis 1976, il est le siège du Parc national des Cévennes qui l'a restauré et il abrite une exposition permanente dans un espace scénographique moderne, interactif et quadrilingue (français, anglais, allemand, néerlandais).

Commentaires réalisés en collaboration entre le Parc national des Cévennes, l'O.T.S.I. et la commune de Florac.

### Les Bateliers de la Malène

Pour découvrir le site prestigieux des Gorges du Tarn, les Bateliers vous amèneront jusqu'au Cirque des Baumes en passant par les célèbres détroits, au pied même de falaises de cinq cents mètres de hauteur.

Visite guidée et commentée de 8 km sur les eaux du Tarn. Vous approchez ainsi de plus près de sa faune et sa flore.

Ouvert de Pâques à fin octobre (sur réservation pour les groupes)

Tarifs minimum par barque : 18 € par personne

Jusqu'à 4 pers. 72 €. Pour 5 pers. 90 € soit 18 € la place )

Groupes ( réserver ) : à partir de 20 pers. 15 € la place.

La Malène : N106 vers Mende ( 4 km)

puis D907 Gorges du Tarn

à 42 km de Florac et 13 km de Ste Enimie, à 40 km de Millau

Tél : 04 66 48 51 10

Fax : 04 66 48 52 07



### Les Boissets

#### **Le hameau des Boissets vous raconte le Causse et les Gorges du Tarn...**

**En bordure du causse de Sauveterre**, Les Boissets surplombent de 400 m les Gorges du Tarn, au dessus de Sainte-Enimie (un des plus beaux villages de France ).

Restauré et mis en valeur par le Conseil général de la Lozère, le domaine départemental des Boissets est devenu un **centre d'interprétation des Causses et des Gorges**.

Le hameau (XVIIe ), à l'architecture caussenarde typique (voutes, toits de lauzes calcaires...) est constitué de plusieurs corps de bâtiments regroupant maisons d'habitation, granges, bergeries, lieux de stockage du grain... Ces maisons sont aujourd'hui dédiées chacune à la découverte d'un aspect de la vie du Causse. Dans la vaste cour intérieure, l'aire de battage du blé, encore en place avec ses larges dalles de calcaire, constitue tour à tour une scène pour le spectacle, une piste pour les danseurs les jours de fête, un terrain de jeux pour les enfants, un lieu de méditation où l'on reçoit un message de l'histoire...

**Les Boissets, haut lieu des Gorges du Tarn**, vous enchanteront le temps d'une visite ou toute une journée organisée autour d'un repas champêtre mémorable.

*Parc à mouflons à proximité.*

Toute la journée à la ferme de Boissets (ouvert de 10h à 18 h )

Assiettes paysannes - Goûter à la ferme - Repas traditionnels sur réservation (Aligot, truffades) 18 € / pers

En période estivale, des animations sont proposées en journée et en soirée

**Ouverture** : de Pâques à Toussaint de 10h à 18h30 (hors saison nous consulter)

**Tarifs** : Adultes : 6 € - de 12 ans : 3 € Groupes (+15 pers.) 5 € (gratuit pour les accompagnants)

**Accès** : D907 Gorges du Tarn à 27 km de Florac



Accès handicapés dans 70% des salles

#### **Renseignements :**

Les Boissets : (33) 04.66.48.48.85 - Tél/Fax : (33) 04.66.48.52.92

Internet : [www.lozere48.com/boissets/boissets.htm](http://www.lozere48.com/boissets/boissets.htm)



## BTS ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES – SESSION 2006 E5 – Etude d'Opérations Touristiques

### Le Centre Thermal de Bagnols-les-Bains

Située à 900 mètres d'altitude sur le mont Lozère, Bagnols-les-Bains est une station climatique et thermale à dimension humaine.

Le centre thermal : La source d'eau chaude destinée aux soins jaillit de la montagne depuis des millénaires à une température constante de 41,5°C.

Les deux orientations médicales, rhumatologie et respiration sont traitées grâce au soufre, au bicarbonate de sodium, au fluor et aux sels minéraux que contiennent les eaux de la source.

Le climat sain et l'altitude concourent à leur efficacité.

En outre une source d'eau froide aux vertus digestives et diurétiques vient compléter les bienfaits des eaux de Bagnols-les-Bains.

Spécialisé dans le bien-être et la remise en forme, le centre thermal propose de nombreux forfaits adaptés à chaque cas. Les soins durent une demi-journée, de façon ponctuelle ou répétés tout au long d'une cure d'une semaine.

Les soins comprennent : piscines à 30°C, jacuzzi, hammam, bain écossais, douches thermales, espace sensoriel, musculation, solarium, bain bouillonnant, aquagym, massage aux huiles essentielles, massage sous eau thermale, drainage lymphatique...



**Centre thermal de Bagnols-les-Bains**  
48190 - Bagnols les Bains  
Tél. : 04 66 47 60 02 — Fax : 04 66 47 63 88  
E-mail : [bagnols@france48.com](mailto:bagnols@france48.com)

### Hôtel - restaurant

**CHÂTEAU DE LA CAZE** ★★★★★  
(Chaînes 'Châteaux de France' 'Tables Gourmandes de Lozère')  
ROUTE DES GORGES DU TARN  
LA MALENE  
48210 SAINTE-ENIMIE

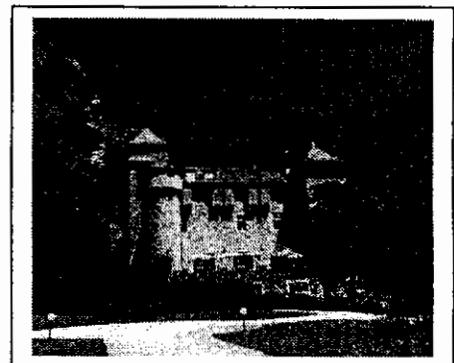
Téléphone filaire : 33 (0)4 66 48 51 01

Télécopieur/fax : 33 (0)4 66 48 55 75

Mél : [Chateau.de.la.Caze@wanadoo.fr](mailto:Chateau.de.la.Caze@wanadoo.fr)

Site Web : <http://www.la-chateau.com/caze>

<http://www.chateauxhotels.com/lacaze>



Un château romantique du XVe siècle s'élevant au milieu d'arbres centenaires

sur les rives du Tarn, aménagé en hôtel et restaurant pour vous séduire.

Les chambres au cachet incomparable s'ouvrent sur la vallée, le parc et la piscine.

Au restaurant sur la terrasse vous est proposée une cuisine raffinée des produits du terroir.

<b>Label :</b>	Demeures de Lozère
<b>Chaîne(s) :</b>	Chaînes 'Châteaux de France' 'Tables Gourmandes de Lozère'
<b>Nombre de chambres :</b>	19 chambres
<b>Groupes :</b>	Oui
<b>Accès pour personnes à mobilité réduite :</b>	Oui
<b>Parking autocar :</b>	Non
<b>Animaux acceptés :</b>	Oui
<b>Salles de réunion :</b>	Non

**Périodes d'ouverture :** du 15/03/2005 au 15/11/2005

**Tarifs :**

Petit-déjeuner	14.00 €	Restaurant (menu)	de 30.00 € à 76.00 €
Chambre simple	de 108.00 € à 146.00 €	Chambre double	de 108.00 € à 162.00 €

**Equipements/Services :**

Bar	Cabine téléphonique / Point Phone	Garage privé	Jardin
Local matériel fermé	Terrasse	Salon	Lit bébé
Minitel / fax / Internet	Restaurant	Parking privé	Piscine
Blanchisserie	Coffres clients	Navette aéroport / gare	Réservations de prestations extérieures
Service en chambre			

**Confort :** Accès Internet, Câble/ satellite, Chambre non fumeur, Double vitrage, Mini-bar, Sèche-cheveux, Téléphone, Télévision, Terrasse privative

**Activités :** Baignade, Pêche, Randonnée (GR et PR), Golf, Piscine

**Annexe 8 : Week-end Découverte du patrimoine des Gorges du Tarn**

Ce séjour prévu pour quatorze personnes maximum, sera accompagné d'un guide professionnel et d'un chauffeur au départ de Montpellier.

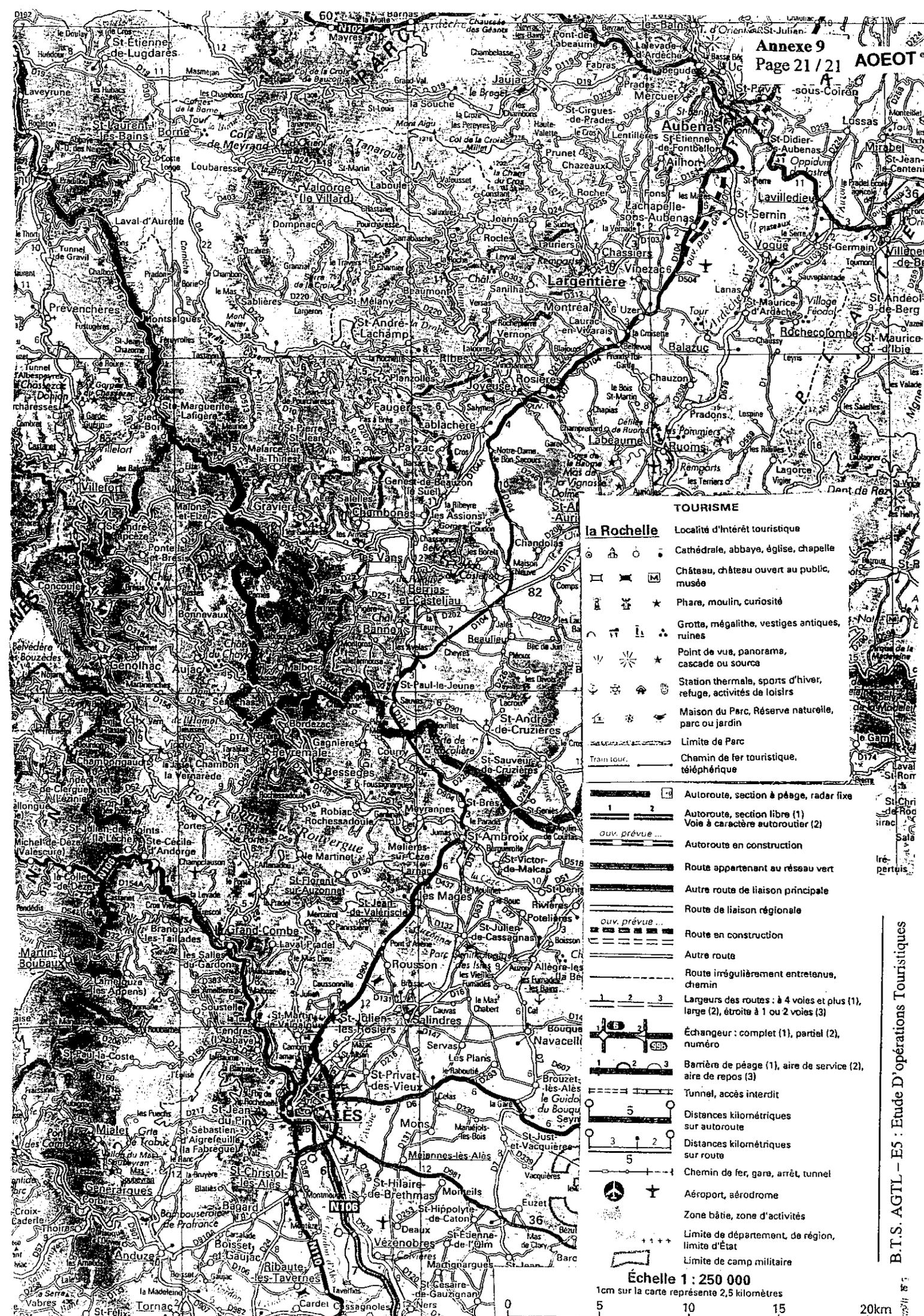
Il est commercialisé au prix de **400 euros** par personne.

Programme du séjour :

- Premier jour
- Départ de Montpellier en direction de Ste Enimie
  - Visite guidée du village médiéval de Sainte Enimie et de l'Ermitage
  - Déjeuner au château de la Caze
  - Découverte des Gorges du Tarn avec les bateliers de la Malène
  - Découverte du Point Sublime : un point de vue panoramique exceptionnel sur les Gorges du Tarn
  - Retour au château de la Caze pour le dîner et la nuitée
- Deuxième jour
- Après le petit déjeuner, départ de la Ferme des Boissets : visite découverte du site
  - Déjeuner traditionnel sur le site
  - Départ pour le centre thermal de Bagnols-les-Bains. Découverte des installations : piscine, sauna, hammam... + 1 soin par personne
  - En fin d'après-midi, retour vers Montpellier

Renseignements tarifaires :

- Accompagnement d'un guide professionnel sur deux jours : 490 € + 50 % de charges sociales
- Location d'un autocar de 15 places grand confort avec chauffeur pour deux jours, départ et retour à Montpellier : 900,00 €
- Frais de péages (aller / retour) : 35 €
- Hébergement et restauration au château de la Caze : les participants seront logés en chambre double. Compter les tarifs minimum indiqués pour le logement et les repas.
- Après-midi découverte au centre thermal de Bagnols-les-Bains incluant un soin : 40 € /pers
- Le guide bénéficie de la gratuité pour l'ensemble des visites. Le chauffeur n'y participe pas.
- Le logement et les repas du guide et du chauffeur sont déjà compris dans les prix demandés pour leurs prestations.



**TOURISME**

**la Rochelle**

Localité d'intérêt touristique

- Cathédrale, abbaye, église, chapelle
- Château, château ouvert au public, musée
- Phare, moulin, curiosité
- Grotte, mégalithe, vestiges antiques, ruines
- Point de vue, panorama, cascade ou source
- Station thermale, sports d'hiver, refuge, activités de loisirs
- Maison du Parc, Réserve naturelle, parc ou jardin
- Limite de Parc
- Chemin de fer touristique, téléphérique

- Autoroute, section à péage, radar fixe
- Autoroute, section libre (1)
- Voie à caractère autoroutier (2)
- Autoroute en construction
- Route appartenant au réseau vert
- Autre route de liaison principale
- Route de liaison régionale
- Route en construction
- Autre route
- Route irrégulièrement entretenue, chemin
- Largeurs des routes : à 4 voies et plus (1), large (2), étroite à 1 ou 2 voies (3)
- Échangeur : complet (1), partiel (2), numéro
- Barrière de péage (1), aire de service (2), aire de repos (3)
- Tunnel, accès interdit
- Distances kilométriques sur autoroute
- Distances kilométriques sur route
- Chemin de fer, gare, arrêt, tunnel
- Aéroport, aérodrome
- Zone bâtie, zone d'activités
- Limite de département, de région, limite d'État
- Limite de camp militaire

**Échelle 1 : 250 000**

1cm sur la carte représente 2,5 kilomètres

