

La visite d'usine idéale

Un guide participatif édité par la Fondation ILYSE
& ses partenaires à l'attention des structures
organisatrices et des entreprises accueillantes



Pourquoi ce guide ?

Ce guide est le fruit d'un travail collaboratif initié par la Fondation ILYSE dans le cadre d'un atelier qui aura réuni une vingtaine d'acteurs du territoire, engagés à différents niveaux dans l'organisation de visites d'entreprises industrielles.

Associations, dirigeants d'entreprises, acteurs de l'Education Nationale, de l'insertion ou encore de la culture ; tous ont partagé leurs visions de ce qui constituent les bonnes pratiques, les facteurs clés de succès et écueils à éviter pour organiser LA visite d'usine idéale.

« Grâce à leurs expertises, à la diversité de leurs points de vue et à la richesse de leurs contributions, ce livret compile des conseils pratiques pour vous accompagner. Vous y trouverez notamment des checklists, des fiches explicatives et des repères concrets pour vous guider au mieux dans la programmation de votre visite. »

Que vous accueilliez des jeunes en cours d'orientation, des professeurs, des professionnels de l'insertion, des publics en recherche d'emploi ou d'une reconversion, ou encore des familles curieuses de découvrir le monde industriel, nous avons conçu ce guide à l'image d'un véritable mode d'emploi pour faire de vos visites une expérience réussie !

Mis à disposition de structures accompagnatrices et d'entreprises industrielles accueillantes, ce guide a pour objectif d'aider à structurer et planifier au mieux chaque étape d'une visite. Il a vocation à être amélioré dans le temps avec les retours et contributions que chacun voudra bien adresser à ilyse@fondation-fit.org

Sommaire

LES INDISPENSABLES DE VOTRE VISITE

Programmez votre parcours _____ 4

Préparez vos éléments de langage _____ 5

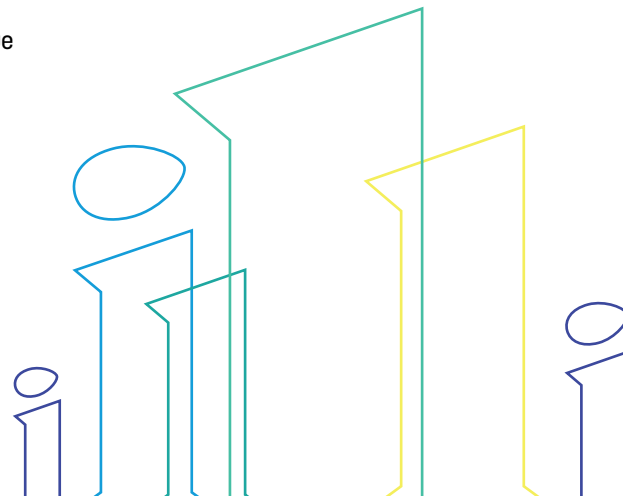
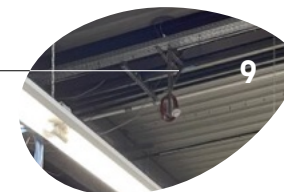
AVANT : LA RÉUSSITE ÇA SE PLANIFIE !

Check-list de « survie » adaptée à tous types de visites _____ 6

Des retours d'expériences en inspiration _____ 7

JOUR J : UN DÉROULEMENT IDÉAL _____ 8

APRÈS : L'AMÉLIORATION CONTINUE _____ 9



Les INDISPENSABLES de votre visite

PROGRAMMEZ VOTRE PARCOURS

1. Cadrez vos objectifs

- ▶ Il est important que les attentes des organisateurs soient mises en cohérence en se posant notamment les questions suivantes :

- > **Quel public souhaitez-vous cibler** : jeunes en cours d'orientation, actifs en recherche d'emploi, enseignants, grand public ?
- > **Pour leur transmettre quel(s) message(s)** : faire connaître l'entreprise, recruter (stagiaires, alternants, collaborateurs) ?
- > **Par quels canaux et moyens de communication** allez-vous recruter vos visiteurs ?

2. Constituez votre « team visite »

- ▶ **Votre visite impliquera nécessairement des collaborateurs en interne. Identifiez-les et embarquez-les à bord de votre projet !**
 - > **Constituez votre équipe support et d'intervenants** en clarifiant qui impliquer pour diversifier les représentations de vos métiers (genres), et optimiser la disponibilité des ambassadeurs métiers.
 - > **Préparez leurs témoignages** pour qu'ils soient percutants et invitent les visiteurs à poser des questions. Suggérez des éléments de langage et attirez leur attention sur les points forts de leurs profils, compétences, parcours et conditions de travail.
 - > **Réunissez « la team »** lors d'une réunion préparatoire. Kick-off incontournable pour galvaniser vos troupes, répondre aux questions et livrer les dernières informations importantes pour la visite.

3. Planifiez le parcours

- ▶ **Programmez et testez le parcours de votre visite en amont afin d'assurer une déambulation fluide, interactive et respectueuse des horaires pour vos visiteurs.**
 - > **Identifiez les pôles métiers à valoriser** : Atelier, R&D, fonctions support, showroom...
 - > **Définissez les espaces d'échanges, de présentation et de pause** : réunion, collation, sanitaires.
 - > **Intégrez les incontournables de la sécurité** : Equipement EPI et consignes de sécurité.
 - > **N'oubliez pas de « sonder » vos visiteurs** : à l'arrivée (émargement / signature droit à l'image) et à la fin (recueil satisfaction / suggestions d'amélioration).

Nos experts recommandent de :

- ▶ Modéliser un parcours rythmé de **maximum 1h30**
- ▶ Suivre **l'ordre des étapes de production** pour faciliter la compréhension de l'activité / des métiers
- ▶ Éviter les activités et visites en extérieur ou alors **prévoir une solution de replis** en cas d'intempéries
- ▶ Ne pas démultiplier le nombre de témoignages ou d'interventions. **Privilégier la qualité à la quantité.**
- ▶ **Alterner les temps** de démonstration, présentation et d'échanges pour maintenir l'attention
- ▶ Repérer **des espaces calmes à intégrer** au fil de la visite pour faciliter les échanges si l'usine est bruyante
- ▶ Prévoir **le matériel nécessaire** (écouteurs, micro, bouchons d'oreilles, EPI...) et des échantillons à manipuler
- ▶ Élaborer des questionnaires de mesure de satisfaction, en interne & en externe.

! ASTUCE Vous pouvez utiliser un Google Form pour simplifier et centraliser la collecte de data ou faire de ce temps de débrief une animation collaborative via des applications type Kahoot.

PRÉPAREZ VOS ÉLÉMENTS DE LANGAGE

1. Adaptez le discours en fonction du public

- ▶ Vulgarisez votre activité pour vous mettre à la portée de vos visiteurs.
- ▶ Simplifiez le langage en évitant les termes trop techniques, ou alors expliquez-les.

2. Allégez au maximum la présentation de l'entreprise

- ▶ Privilégiez les messages clés, les étapes importantes de son développement
- ▶ Remplacez la raison d'être de votre activité dans le quotidien de vos visiteurs. À quoi sert ce que vous fabriquez ?

! ASTUCE

Un support Powerpoint épuré (peu de mots, des visuels) permet de rester attentif au discours

3. Simplifiez la présentation des métiers

- ▶ Veillez à transmettre des dénominations claires et accessibles.
- ▶ Décryptez la place du métier dans la chaîne de valeur de l'entreprise. Décrivez une journée type.

4. Intégrez un storytelling

- ▶ Une histoire vaut plus que de nombreux discours !
- ▶ Vous pouvez par exemple choisir de raconter la fabrication d'un produit de l'usine ou une anecdote qui relate sa création, son histoire, son ancrage territorial.

5. Soyez vous-même

- ▶ Restez fidèle à l'identité de votre entreprise, à vos valeurs.
- ▶ Soyez transparents en vous appuyant sur vos points forts tout en n'occultant pas les aspects qui pourraient être perçus comme moins attrayants par vos visiteurs.

AVANT : la réussite, ça se planifie !

LA CHECK-LIST DE « SURVIE » ADAPTÉE A TOUS TYPES DE VISITES

Cadrage

- Planning** > élaborer le programme et le timing en fonction des objectifs de la visite
- Groupes** > définir les tailles minimale (condition d'annulation) et maximale (sécurité)
- Équipe** > constituer l'équipe de référents pilotage, interventions, logistique, sécurité...
- Espaces** > réserver les salles pour l'accueil, la présentation, l'équipement en EPI, le circuit de visite, une éventuelle collation...
- Matériel** > Equipements de Protection Individuelle, matériel audio, échantillons, informatique / connexion nécessaires
- Traiteur** > prévoir un accueil café / eau / jus de fruits / petites collations et/ou paniers repas
- Supports** > préparer les documents à diffuser / remettre aux visiteurs
- Évaluation** > élaborer les questionnaires de satisfaction interne et visiteurs

Lancement

- Communication** > créer les invitations, affiches, flyers, publications pour les réseaux sociaux
- Inscriptions** > en intégrant dans le formulaire les :
 - Autorisations parentales (si mineurs)
 - Droits à l'image
 - Tailles / pointures pour EPI
- Information interne** > une visite est un acte fort en faveur de votre marque employeur. N'oubliez pas d'en informer l'ensemble de vos collaborateurs.

Dernière ligne droite !

- J-10**
 - Rappel auprès des équipes internes** > accueil, sécurité, intervenants
- J-7**
 - Confirmation des inscriptions** > envoyer un rappel J-7 aux inscrits
- J-2**
 - Rappel aux visiteurs confirmés des :**
 - Modalités d'accès > transports, horaires et adresse exacte du site
 - Formalités d'accueil > pièces d'identité
 - Consignes de sécurité & de confidentialité
 - Contact(s) référent(s) en cas de problème
 - Liste des participants** > la transmettre aux équipes organisatrices
 - Signalétique** > élaborer les panneaux de direction et éléments de communication visuelle
 - Liste émargement - droit à l'image & badges** > à préparer pour les participants

DES RETOURS D'EXPÉRIENCE EN INSPIRATION

Les experts qui ont participé à cette consolidation d'expériences réussies - et parfois moins heureuses - partagent à la volée quelques conseils qui peuvent être décisif dans l'organisation et la bonne perception externe et interne de votre visite. [Inspirez-vous !](#)

- ▶ Désigner un **référent SST** en contact d'urgence.
- ▶ Préparer des pochettes en incluant des **flyers, goodies et contacts référents** pour les visiteurs.
- ▶ Partager de la documentation sur les **règles de sécurité** (EPI, alarme...) en amont de la visite.
- ▶ **Tester le parcours** si possible avec des collaborateurs et des personnes externes pour identifier les couacs / améliorations à apporter.
- ▶ Acquérir ou louer des **audioguides** pour faciliter l'écoute lors de la visite.

! ASTUCE

Pour les audioguides, renseignez-vous auprès de structures locales pour le prêt de matériel ou en location (Able Events).



- ▶ **Valoriser la participation** des collaborateurs, notamment lors d'implication sur des horaires ou jours inhabituels, en soirée, le weekend. Prévoir de recueillir les **autorisations de droit à l'image** aussi pour vos collaborateurs. Si certains visiteurs / collaborateurs ne souhaitent pas figurer sur les supports de communication, veiller à **les rendre visibles lors de la visite** afin d'éviter qu'ils figurent sur les prises de vues.

Si vous accueillez un public scolaire, il est recommandé de :

- ▶ Recueillir et transmettre des **questions** aux élèves et aux professeurs en **préparation** et/ ou en **débrief** de la visite
- ▶ **Diversifier les profils** des intervenants en intégrant des témoignages d'alternants, de stagiaires ou de jeunes collaborateurs
- ▶ Prévoir de la **documentation pédagogique** pour les jeunes, ainsi que des supports pour les enseignants
- ▶ Créer un **programme interactif et ludique** pour la visite, à l'image d'un jeu de piste par exemple.
- ▶ Anticiper et proposer une date de visite en **cohérence avec les périodes scolaires** et qui prenne en compte les contraintes des calendriers pédagogiques. Tous niveaux confondus, les meilleures options s'échelonnent sur octobre / novembre et février - avril. Elles écartent ainsi les périodes de rentrée, conseils de classe et examens.
- ▶ Prévoir un **financement pour le transport** en bus de l'établissement à l'entreprise.

JOUR J : un déroulement idéal

Nous vous proposons cette frise en suivi, par grandes étapes, d'une visite idéale ; émaillée de conseils pour en assurer un bon déroulement et une expérience réussie pour vos visiteurs !

AVANT L'ARRIVÉE DE VOS VISITEURS

- **Test des équipements** > système de projection, connexion, supports
- **Traiteur** > installation & mise en place
- **EPI** > préparation & disposition
- **Signalétique** > panneaux & affichages

À L'ARRIVÉE SUR SITE

- **Accueil** > 2 personnes
- **Badges** & signature feuille d'émergence / droit à l'image
- **Flux** > sous-groupes constitués au fur et à mesure des arrivées et accompagnés en salle de présentation

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

- **Convivialité** par un accueil boissons & en-cas en attendant l'arrivée de l'ensemble des visiteurs
- **Brise-glace** en de tour de table pour se présenter
- **Programme** & timing de la visite
- Présentation de l'**activité, histoire de l'entreprise**
- **Témoignages** de collaborateurs
- Présentation du **circuit de visite**
- Rappel des **consignes de sécurité et de confidentialité** (ex : photos interdites)
- Équipement en **EPI** si nécessaire

VISITE DU SITE

- Présentation des **différents pôles / métiers** de l'entreprise
- Suivi du circuit des **étapes de production**
- **Implication des salariés** pour expliquer leur poste, leur formation et parcours
- Prendre des **photos / vidéos** pour la communication

DÉBRIEFING

- Retour dans la salle d'accueil - proposer un **temps d'arrêt** pour les sanitaires
- **Temps d'échange informel** - engager les questions / réponses
- **Distribution** de documentation & goodies

ANALYSE DE LA SATISFACTION & SUIVI

- **À chaud** - renseignement et collecte des questionnaires de satisfaction / animation par application de sondage
- **Restitution libre** des visiteurs - recueil des impressions au-delà des questions
- Définir les **modalités de maintien en contact / information** si souhaité (RGPD)

APRÈS : l'amélioration continue

Chaque visite donne l'opportunité de tester, d'adapter des pratiques et de les améliorer pour les fois suivantes. Outil incontournable au service de votre attractivité et marque employeur, nous vous proposons de prolonger l'effet positif et le retour sur investissement de votre temps, de celui de vos collaborateurs, avec quelques conseils supplémentaires inspirés de nos experts.

Analysez la satisfaction

- ▶ **Les résultats des questionnaires « à chaud »** recueillis en fin de visite sont une matière précieuse à prendre en compte pour améliorer votre organisation. **Ne tardez pas à les dépouiller** et à en tirer des conclusions vertueuses.
- ▶ Vous pouvez **enrichir ces données** par d'autres réponses à un **questionnaire « à froid »**, administré quelques jours après la visite à vos visiteurs ainsi qu'à vos collaborateurs.
- ▶ **Partager les résultats** (nombre de participants, taux de satisfaction, verbatims...) **et l'impact** (évolution des connaissances et perceptions, offres de stages ou d'emplois pourvues...) engendrés par votre visite. Ce sont de précieux éléments qui peuvent faire l'objet d'une réunion de débrief.

Confortez le partenariat

- ▶ Que vous soyez organisateur externe ou entreprise accueillante, il est important d'**établir un bilan** (résultats, feedbacks, remerciements) de la visite à diffuser aux parties prenantes du projet.
- ▶ **Référenciez les points d'améliorations** en identifiant les aspects à modifier pour les prochaines opportunités.

Ressources communication

- ▶ **Partagez les contenus** (photos, vidéos, présentations) aux autres parties prenantes pour qu'elles se les approprient et développent une communication complémentaire à la vôtre.
- ▶ **Exploitez cette matière sur vos propres outils** (LinkedIn, blog établissement, YouTube...) sans oublier de citer vos partenaires, toujours dans cet objectif de viralité.
- ▶ **Transmettez vos remerciements** aux participants, aux partenaires, ainsi qu'aux contributeurs de votre entreprise.



ASTUCE !

Si vous n'avez pas les autorisations de droit à l'image vous pouvez prendre les visiteurs de dos.

À ÉVITER ! Nos experts déconseillent de :

- ▶ Prendre vos visiteurs par surprise quand il s'agit de leur soumettre un questionnaire ou de leur proposer une interview.
- ▶ Ignorer - ou ne pas valoriser à leur juste implication - les contributeurs de votre entreprise.
- ▶ Oublier les remerciements et les communications post-visite (photos et réseaux sociaux).



ilyse!
Redécouvrons
nos industries

RETROUVEZ-NOUS



WWW.FONDATION-ILYSE.ORG

Fondation ILYSE - Industrie LYon Saint-Étienne
Cité des Entreprises
60 avenue Jean Mermoz
69008 LYON (adresse postale)

BHT - 20 rue Professeur Benoît
42000 Saint-Étienne

FONDÉE AVEC LE SOUTIEN DE



NOS MÉCÈNES DONATEURS



Fondation créée avec le soutien de la Banque des Territoires dans le cadre du programme France 2030 Territoires d'Innovation



SOUS L'ÉGIDE DE

