

TABLE DES MATIERES

Préambule	Page 2
1- Satisfaction globale des entreprises	Page 3
2- Nombre de visiteurs accueillis	Page 4
3- Satisfaction des anciens et nouveaux participants	Page 5
4- Intérêt pour renouveler l'opération JPO	Page 6
5- Répartition des entreprises participant à l'opération par activité	Page 7
6- Principaux objectifs poursuivis par les participants	Page 8
7- Organisation des JPO par les entreprises participantes	Page 9
8- Coût de l'opération et dépenses des participants privés	Page 10
9- Principaux types de dépenses	Pages 11
10- Opinion sur les outils utilisés	Pages 12 à 14
Annexe : Liste et cartographie des entreprises participantes	Pages 15 à 25

PREAMBULE

L'opération « Journées Portes Ouvertes Entreprises » (JPO) organisée conjointement par la Chambre Régionale (CRCI), les Chambres de Commerce et d'Industrie et le Comité Régional du Tourisme Nord-Pas de Calais, dans le cadre des Journées Nationales Portes Ouvertes Entreprises pilotées par l'ACFCI s'est déroulée du 9 au 16 octobre 2006, soit 8 jours comme l'année dernière.

Une enquête de satisfaction a été menée du 17 octobre au 26 octobre auprès des 176 entreprises participantes. 73 entreprises ont répondu à cette enquête, soit 41% de répondants (64% en 2005).

Le présent document rend compte des résultats de l'enquête de satisfaction 2006. Chaque fois que cela a été possible, les résultats des opérations 2001 (du 5 au 8 octobre 2001), 2002 (du 4 au 7 octobre 2002), 2003 (du 3 au 10 octobre 2003), 2004 (du 4 au 11 octobre 2004) et 2005 (du 17 au 24 octobre 2005) ont été rappelés.

1- SATISFACTION GLOBALE DES ENTREPRISES

Les résultats relatifs à la satisfaction globale des entreprises participantes concernent leur perception sur le déroulement des JPO 2006.

- ▶ 64% des entreprises sont satisfaites de leur participation aux JPO 2006. Ce taux est en baisse de 4 points par rapport aux JPO 2005.
- ▶ En 2006, la part des entreprises « extrêmement satisfaites » a doublé. Cependant, celle des entreprises « satisfaites » a baissé de 12 points et celle des entreprises « non satisfaites » a augmenté de 4 points par rapport à l'année dernière.

La satisfaction des entreprises participantes Comparaisons sur 7 ans

Indice de Satisfaction	1 Pas du tout satisfait	2 Peu satisfait	3 Assez peu satisfait	4 Moyennement satisfait	5 Satisfait	6 Très satisfait	7 Extrêmement satisfait
2000	2,2%	6,7%	11,1%	15,5%	24,4%	26,7%	13,3%
2001	2,3%	7,1%	2,3%	13,1%	25,0%	28,6%	21,4%
2002	3,4%	2,3%	6,9%	8,0%	24,1%	28,7%	26,4%
2003	3,5%	3,5%	14,0%	21,9%	21,1%	27,2%	8,8%
2004	4,1%	4,3%	10,0%	18,6%	18,6%	31,4%	15,7%
2005	3,8%	3,8%	7,5%	16,0%	31,1%	29,2%	8,5%
2006	5,5%	4,1%	9,6%	16,4%	19,2%	27,4%	17,8%

2- NOMBRE DE VISITEURS ACCUEILLIS

- ▶ On estime la participation globale (extrapolation aux entreprises n'ayant pas répondu à l'enquête) à près de 35 000 visiteurs contre 30 000 en 2005. La fréquentation est en nette augmentation par rapport à l'année dernière, malgré un nombre stable d'entreprises participantes.
- ▶ D'une manière générale, les visites se sont réparties sur l'ensemble de la semaine ; le nombre de visiteurs du jeudi au samedi a été lé-

Evolution du nombre de visiteurs

	% du nombre total de visiteurs						Nombre de visiteurs* 9 - 16 octobre
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Vendredi	15,2%	18,6%	7,6%	-	-		
Samedi	26,8%	26,7%	26,0%	-	-		
Dimanche	47,5%	46,8%	30,9%	-	-		
Lundi	10,5%	7,9%	5,5%	2,9%	7,3%	6,1%	880
Mardi	-	-	8,7%	7,1%	13,5%	10,0%	1450
Mercredi	-	-	6,7%	5,4%	9,6%	9,9%	1427
Jeudi	-	-	9,5%	8,8%	11,4%	14,6%	2122
Vendredi	-	-	5,1%	14,1%	13,4%	16,6%	2410
Samedi	-	-	-	17,7%	17,4%	21,2%	3066
Dimanche	-	-	-	41,0%	18,7%	15,8%	2290
Lundi	-	-	-	3,1%	8,1%	5,8%	841

* des répondants à l'enquête

Accueil des groupes

	Nombre de groupes					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Groupes scolaires	88	74	73	91	195	155
Dont groupes lycéens	11	9	8	8	17	6
Groupes adultes	112	109	Non	100	158	137

Enquête de satisfaction auprès des entreprises ayant participé à l'opération « Journées Portes Ouvertes »

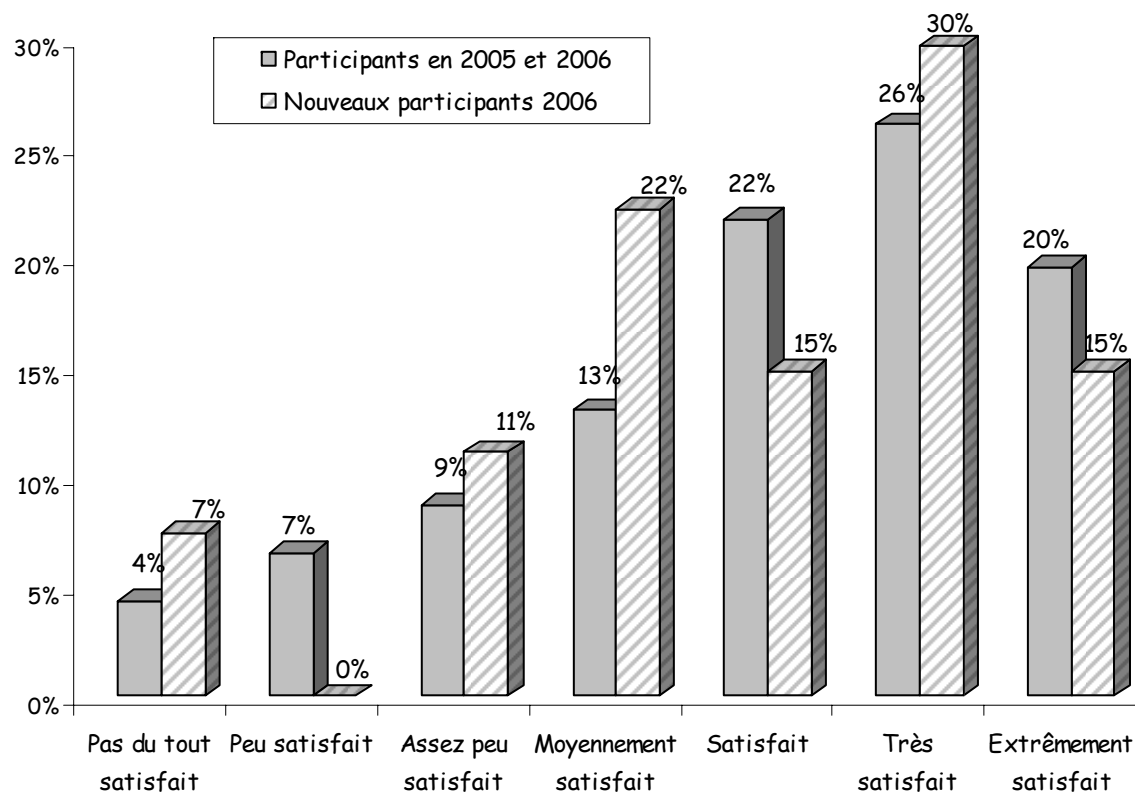
Evolution de la moyenne des visiteurs par entreprise

	Moyenne du nombre de visiteurs par entreprise					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Vendredi	40	50	20	-	-	
Samedi	66	72	55	-	-	
Dimanche	154	144	78	-	-	
Lundi	34	26	20	14	33	34
Mardi	-	-	30	31	54	43
Mercredi	-	-	20	22	32	36
Jeudi	-	-	29	34	39	57
Vendredi	-	-	16	45	32	47
Samedi	-	-	-	59	45	63
Dimanche	-	-	-	187	72	72
Lundi	-	-	-	19	43	40

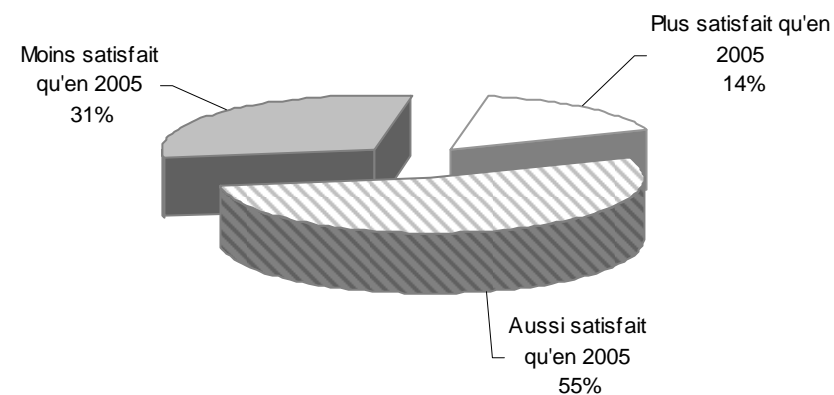
- ▶ En 2006, les visites de groupes ont été moins importantes que l'année dernière.

3- SATISFACTION DES ANCIENS ET NOUVEAUX PARTICIPANTS

- ▶ En 2006, 18% des entreprises participaient pour la première fois à l'opération et 63% des entreprises ont participé l'année dernière aux JPO.
- ▶ 16% des entreprises ayant participé l'année dernière sont plus satisfaites qu'en 2005 et 55% sont aussi satisfaites.



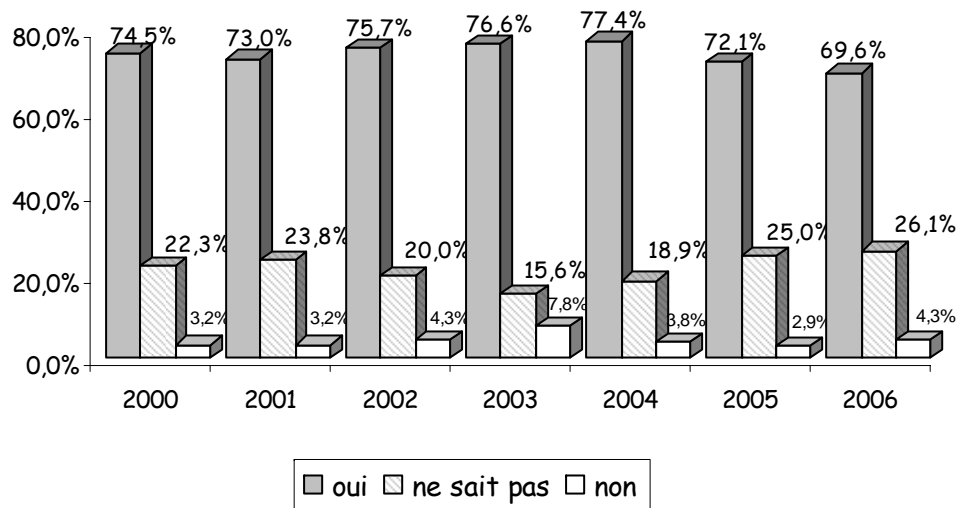
Niveau de satisfaction des anciens participants



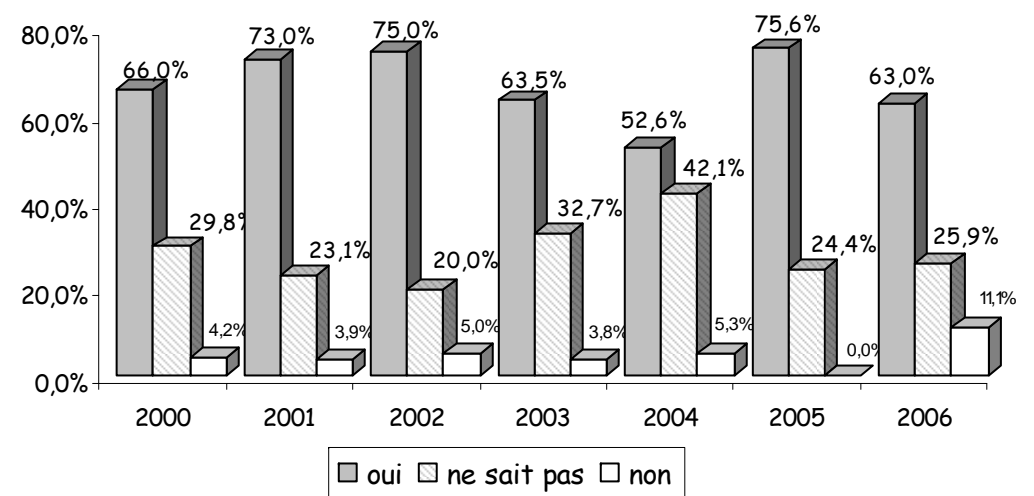
4- INTERET POUR RENOUVELER L'OPERATION JPO

► En moyenne, 67% des entreprises répondantes sont prêtes à renouveler leur participation aux JPO notamment dès 2007 pour 78% d'entre elles.

Evolution de l'intérêt de renouvellement
des anciens participants



Evolution de l'intérêt de renouvellement
des nouveaux participants



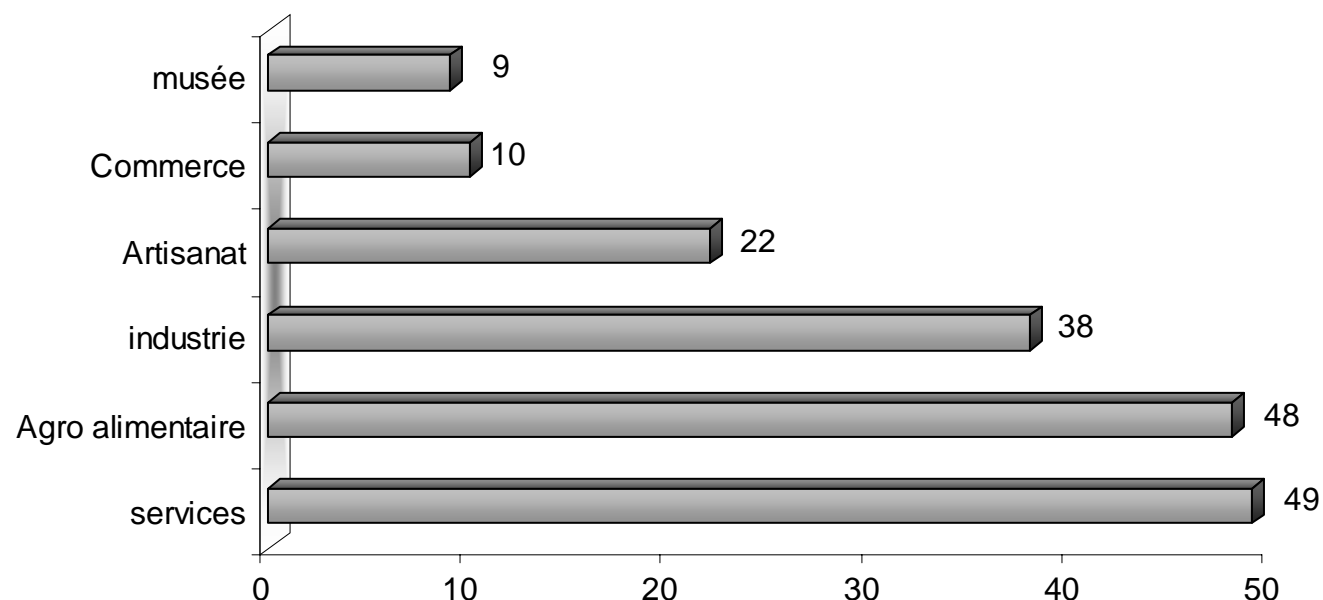
► Cette année, les nouveaux participants sont moins enclins à renouveler leur participation aux journées portes ouvertes par rapport à 2005 (-12 points) et 11% d'entre eux ne souhaitent pas renouveler l'opération en 2007.

► Cette année, l'intérêt de renouvellement des anciens participants reste stable, la même tendance est observée pour ceux qui souhaitent renouveler l'opération, les indécis et ceux qui refusent de participer.

5- REPARTITION DES ENTREPRISES PARTICIPANT A L'OPERATION « JPO » PAR ACTIVITE

- ▶▶ En 2006, 176 entreprises du Nord Pas de Calais ont participé à l'opération JPO contre 174 en 2005 et 155 en 2004.
- ▶▶ En 2006, 82% des entreprises répondantes ont déjà participé à une opération « Journées Portes Ouvertes ». (contre 75% en 2005 et 85% en 2004).

Nombre de participants aux JPO en 2006 selon leur activité



En raison d'une redéfinition de la nomenclature des activités, nous ne pouvons effectuer de comparaison par rapport aux années précédentes.

6- PRINCIPAUX OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LES PARTICIPANTS

- ▶ Pour 87% des entreprises participantes à l'opération JPO, l'objectif principal est de mieux se faire connaître. Un peu plus de la moitié d'entre elles désirent également faire connaître la réalité de l'entreprise.
- ▶ 61% des participants aux JPO 2006 estiment avoir atteint les objectifs qu'ils s'étaient fixés. (ils étaient 63% en 2004 et 2005)

Les principaux objectifs visés par les participants au travers des JPO depuis l'année 2001 classés par ordre d'importance

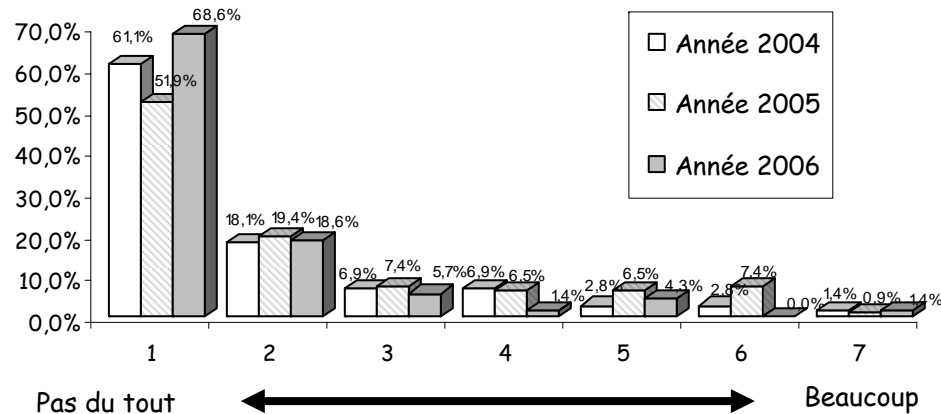
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Répartition des items cités au 1 ^e rang des objectifs
Me faire connaître	73,0%	63,9%	62,8%	74,3%	76,1%	87,0%	43%
Améliorer mon image	42,7%	33,0%	38,1%	37,8%	47,1%	44,2%	13%
Partager une passion	39,3%	47,7%	45,1%	36,5%	45,2%	47,4%	13%
Développer mes ventes	38,2%	43,2%	47,8%	41,9%	32,0%	27,2%	4%
Faire connaître des métiers méconnus	33,7%	28,4%	26,5%	25,7%	47,4%	43,3%	6%
Faire connaître la réalité de l'entreprise	nd	nd	38,9%	28,4%	46,3%	50,9%	19%

Total des pourcentages supérieur à 100 car tient compte du classement au 1^e rang, 2^e rang et 3^e rang.

7- ORGANISATION DES JPO PAR LES ENTREPRISES PARTICIPANTES

► L'organisation des JPO a nécessité une préparation inférieure à 1 mois pour près de 92% des répondants. Comme l'année dernière, il n'y a pas de distinction significative entre les anciens et les nouveaux participants.

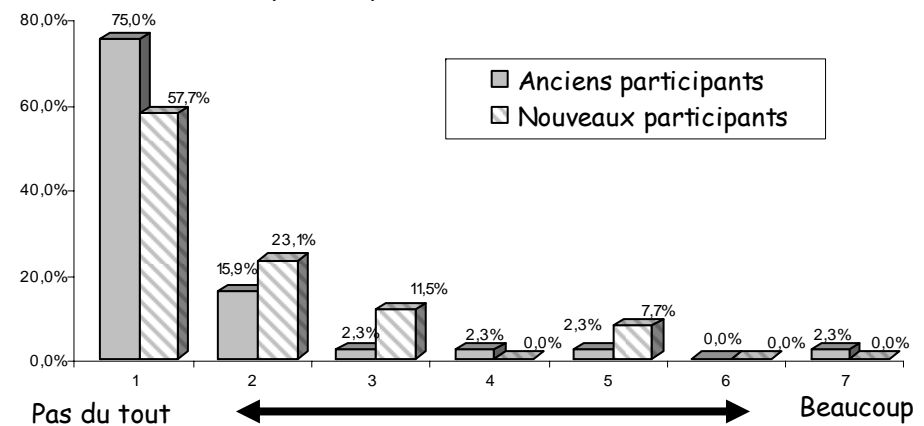
Avez-vous rencontré des difficultés dans l'organisation des JPO ?



► 93% des participants déclarent rencontrer peu ou pas de problèmes pour l'organisation des JPO 2006.

Difficulté d'organisation perçues par les anciens et les nouveaux participants aux JPO 2006

► 93% des anciens participants et 92% des nouveaux participants déclarent ne pas avoir rencontré de problèmes.



8- COUT DE L'OPERATION ET DEPENSES DES PARTICIPANTS PRIVES

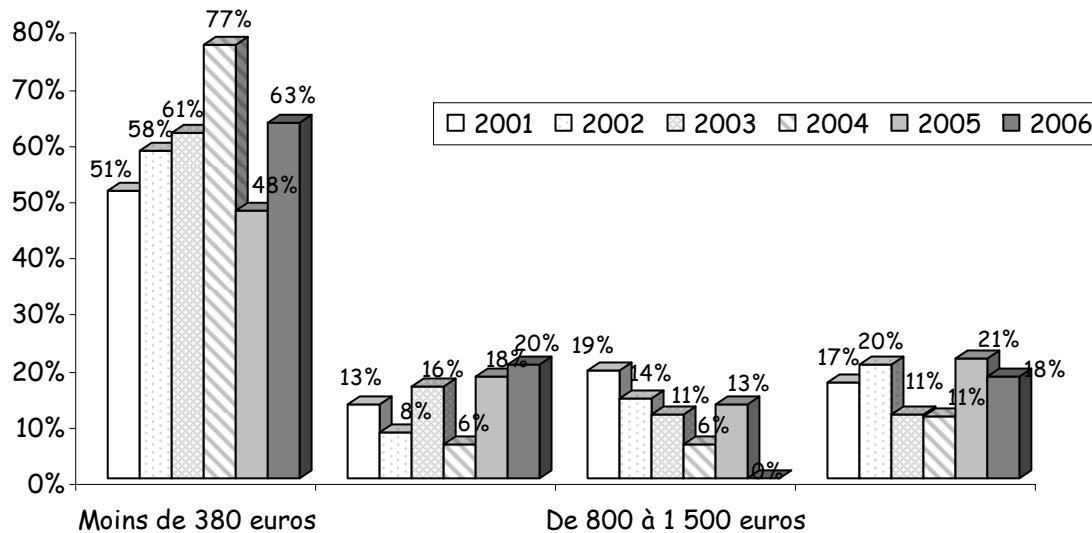
Coût public.

► Le budget de l'opération s'élève à € en 2006 (hors comptabilisation du temps passé par les intervenants de chacune des structures organisatrices).

Dépenses des participants privés.

- Les participants privés ont payé un droit d'inscription de €.
- Outre ce droit d'inscription, la dépense moyenne s'élève à 718€, contre 795€ en 2005.

Les dépenses des participants privés à l'opération JPO

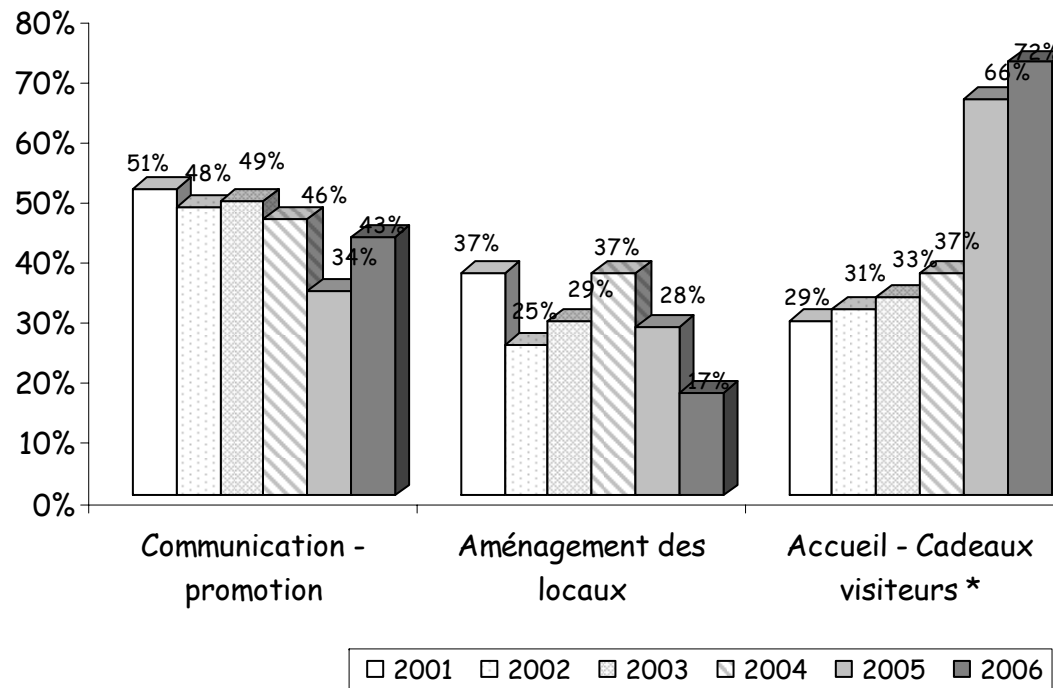


► Près de 2/3 des entreprises ont dépensé moins de 380 euros pour l'organisation de l'opération.
Les dépenses supérieures à 1 500 euros concernent 18% des participants.

9- PRINCIPAUX TYPES DE DEPENSES

- ▶ En 2006, le principal secteur de dépenses des participants aux JPO est l'accueil des visiteurs (72%).
- ▶ 33% des participants déclarent avoir réalisé d'autres types de dépenses ; notamment des dépenses en terme de temps de salariés et de location de bus.

Répartition des dépenses depuis 2001

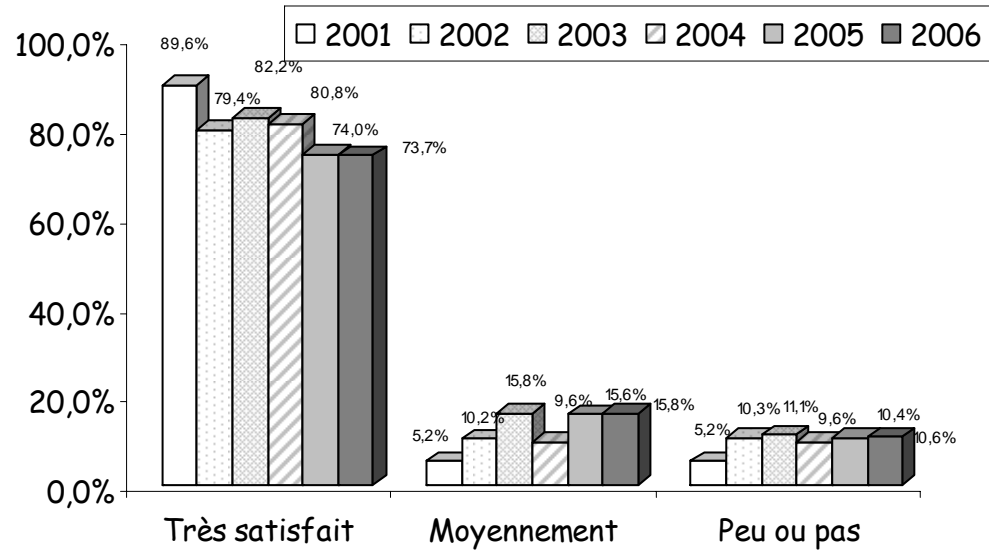


* En 2005, la boisson et la dégustation ont été intégrées à cet item.

Total des pourcentages supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

10- OPINION SUR LES OUTILS UTILISES

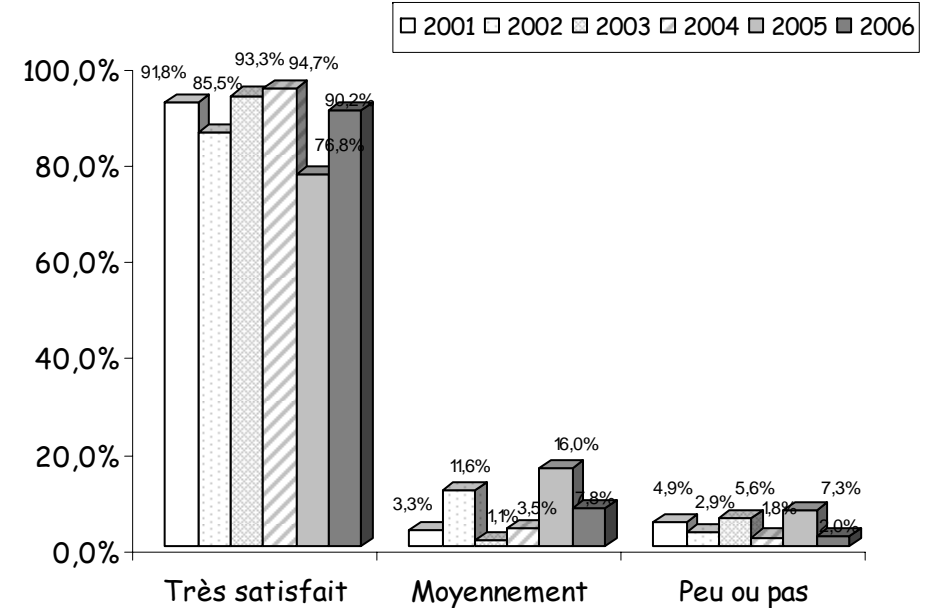
Etes-vous satisfait du calicot ?



LE CALICOT

- ▶▶ 82% des répondants ont utilisé le calicot (contre 70% en 2005). 74% sont satisfaits de cet outil.
- ▶▶ 56% des entreprises ayant utilisé le calicot l'a installé moins de trois jours avant les journées portes ouvertes.

Etes-vous satisfait des flèches directionnelles ?

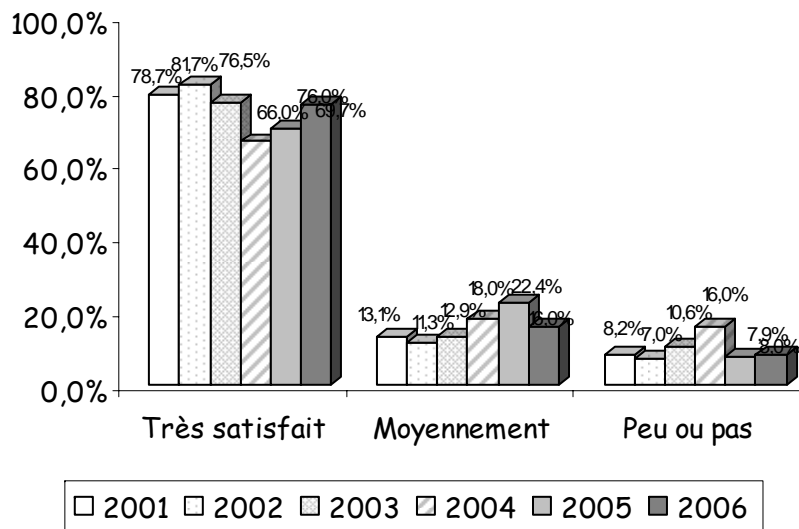


LES FLECHES DIRECTIONNELLES

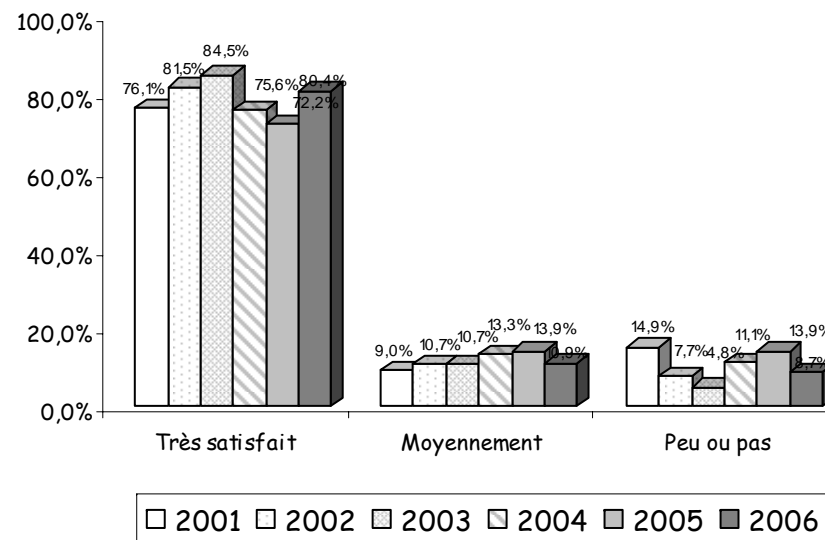
- ▶▶ 72% des entreprises ont utilisé les flèches (contre 76% en 2005). 88% estiment en avoir reçu en quantité suffisante.

10- OPINION SUR LES OUTILS UTILISES (suite)

Etes-vous satisfait des affiches personnalisables ?



Etes-vous satisfait des cartons d'invitation ?



LES AFFICHES PERSONNALISABLES

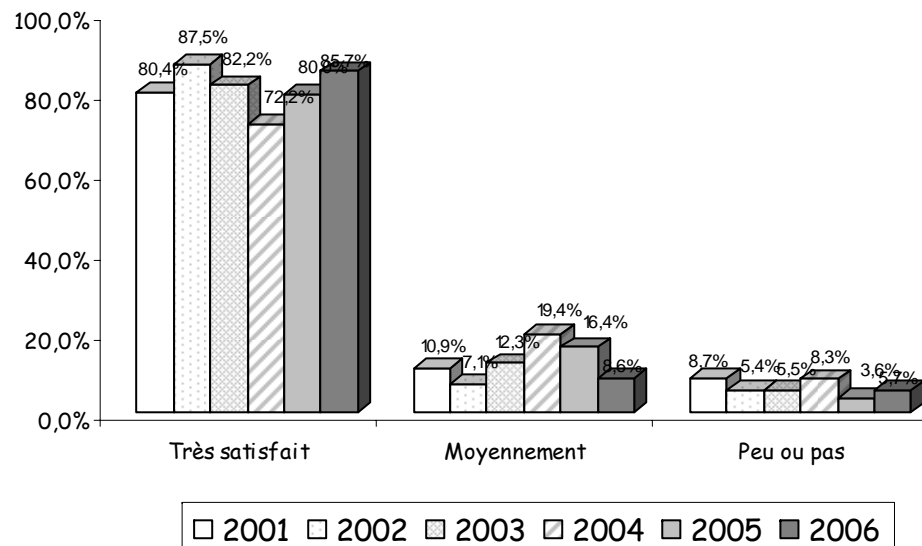
- ▶ 71% des répondants ont utilisé les affiches personnalisables (contre 75% en 2005).
- ▶ 76% des participants sont satisfaits des affiches (contre 70% en 2005). 60% des répondants les ont personnalisées. Ces affiches ont principalement été installées dans les commerces.

LES CARTONS D'INVITATION

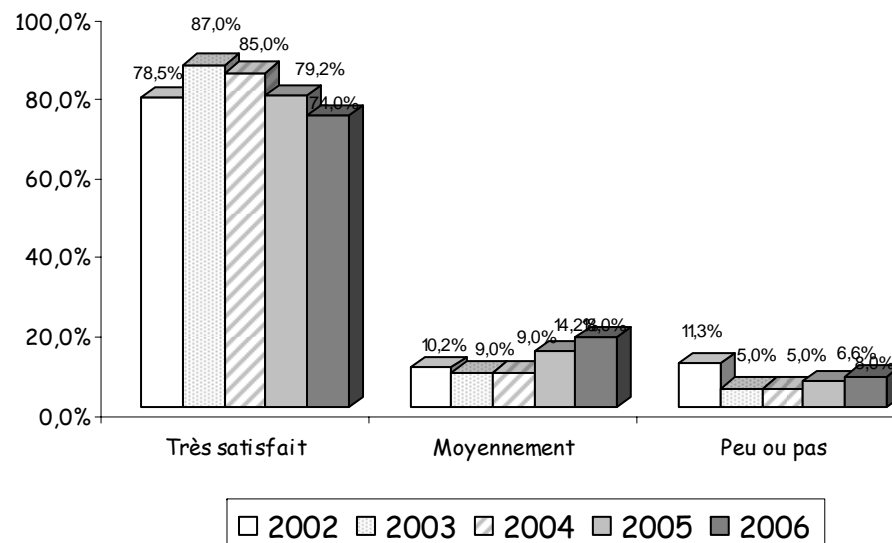
- ▶ 65% des participants ont utilisé les cartons d'invitation et 80% sont satisfaits de cet outil.
- ▶ La satisfaction des utilisateurs de cet outil a augmenté de 8 points par rapport à l'année dernière.

10- OPINION SUR LES OUTILS UTILISES (suite)

Etes-vous satisfait du guide réussir vos JPO ?



Etes-vous satisfait de la brochure de promotion ?



LE GUIDE REUSSIR VOS JPO

- ▶ Tout comme l'année dernière, près de la moitié des participants ont utilisé le guide. Parmi ces utilisateurs, 86% se disent satisfaits de cet outil (6 points de plus qu'en 2005).
- ▶ La part des « peu satisfaits » a augmenté de 2 points par rapport à l'année dernière.

LA BROCHURE DE PROMOTION

- ▶ La brochure a satisfait 82% des répondants (soit 3 points de plus par rapport à l'année dernière). 2/3 ont choisi une insertion gratuite (contre 77% en 2005).
- ▶ Tout comme l'année dernière, les trois quart des utilisateurs de la brochure sont satisfaits de la présentation de leur entreprise.

ANNEXE

LES PARTICIPANTS AUX JPO 2006

Agro-alimentaire

RAISON SOCIALE	COMMUNE
ALOSTERY Frères	Boeschèpe
Becasuc	Boulogne-sur-Mer
BRASSERIE ARTISANALE DU CAMBIER	Aubigny-au-Bac
BRASSERIE BAILLEUX AU BARON	Gussignies
Brasserie Castelain	Bénifontaine
Brasserie DREUM	Neuville-en-Avesnois
BRASSERIE DUYCK	Jenlain
Brasserie la choulette	Hordain
BRASSERIE SAINT GERMAIN	Aix-Noulette
Brasserie Thiriez	Esquelbecq
BRIOCHE PASQUIER NORD	Aubigny-en-Artois
COCORETTE	Sainte-Catherine
Confiserie Afchain	Cambrai
Coopérative des Volailles de Licques	Licques
DEFROIDMONT	Maroilles
Despinoy	Fontaine-Notre-Dame
Distillerie Persyn	Houlle
FERME DES PREUTINS	Preux-au-Bois
Ferme du Sire de Crequy	Fruges
Ferme Hélicole des 7 Vallées	Offin
Groupe Distillerie Claeysens SA	Wambrechies
La Boîte à pain	Anzin
La Ferme du Mont Vert	Alquines
LA FERME DU VINAGE	Roncq

RAISON SOCIALE	COMMUNE
La Gaufre du Pays Flamand	Houplines
LAPI culteur	Neuf-Berquin
Le Camelus	Ghyvelde
Le Comptoir du Lys	Aire-sur-la-Lys
LE GOURMET CHAMPETRE	Souastre
Les Chapons et le Boeuf de Saulzoir	Saulzoir
LES CONFITS D'ENDIVE DE SAINT MARMITIN	Achiet-le-Petit
LES RUCHERS DU VALENCIENNOIS	Sentinelles (La)
LES SERRES DE STE CATHERINE	Sainte-Catherine
Les Veloutés du Nord	Provin
Martine Galand	Radinghem-en-Weppes
MEPLON	Villeneuve-d'Ascq
Moulin de la Bassée	Bassée (La)
Natur' Pom	Nortkerque
Noyer Safia	Saint-Pol-sur-Mer
PÂTISSERIE BOULANGERIE NEE GAETAN	Brebières
PEPINIERES CARNEL	Hamelincourt
Pépinières de Berthem	Zutkerque
Pépinières Gaëtan Vandenbussche	Steenvoorde
RAOUL BOULANGER	Neuve-Chapelle
ROMAIN MAGNIER	Rinxent
Saurisserie Dutriaux Nathalie	Grand-Fort-Philippe
Société des Eaux Minérales de St Amand Site du Clos	Saint-Amand-les-Eaux
Therry apiculture - musée de l'abeille	Bouin-Plumoisson

Cartographie des participants aux JPO 2006 Secteur Agro-alimentaire

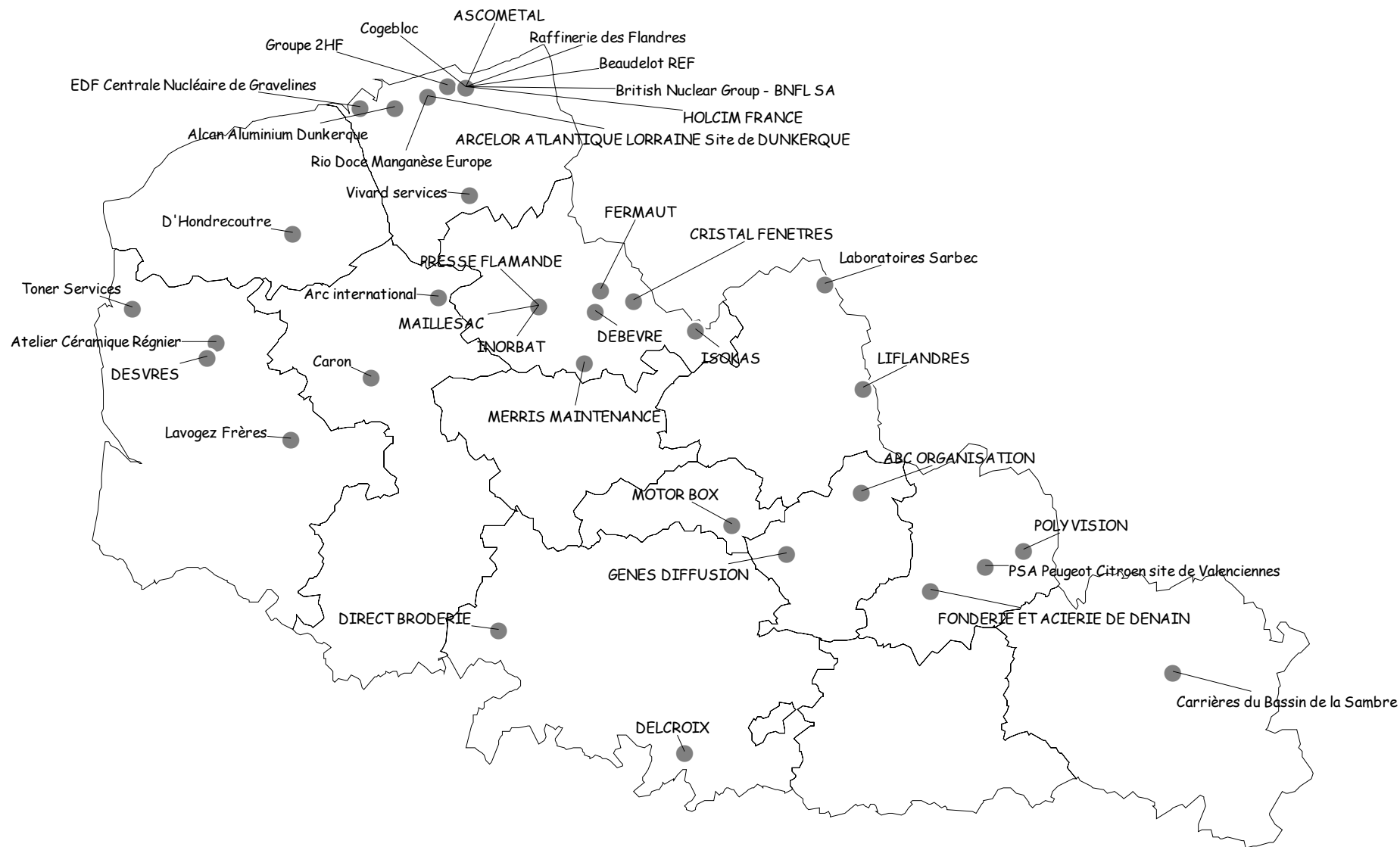


Industrie

RAISON SOCIALE	COMMUNE
ABC ORGANISATION	Orchies
Alcan Aluminium Dunkerque	Loon-Plage
Arc international	Arques
ARCELOR ATLANTIQUE LORRAINE Site de DUNKERQUE	Grande-Synthe
ASCOMETAL	Dunkerque
Atelier Céramique Régnier	Desvres
Beudelot REF	Dunkerque
British Nuclear Group - BNFL SA	Dunkerque
Caron	Dohem
Carrières du Bassin de la Sambre	Limont-Fontaine
Cogebloc	Dunkerque
CRISTAL FENETRES	Bailleul
DEBEVRE	Merris
DELCROIX	Bapaume
DESVRES	Longfossé
D'Hondrecoutre	Louches
DIRECT BRODERIE	Liencourt
EDF Centrale Nucléaire de Gravelines	Gravelines
FERMAUT	Méteren
FONDERIE ET ACIERIE DE DENAIN	Denain

RAISON SOCIALE	COMMUNE
GENES DIFFUSION	Douai
Groupe 2HF	Saint-Pol-sur-Mer
HOLCIM FRANCE	Dunkerque
INORBAT	Hazebrouck
ISOKAS	Armentières
Laboratoires Sarbec	Neuville-en-Ferrain
Lavogez Frères	Herly
LIFLANDRES	Baisieux
MAILLESAC	Hazebrouck
MERRIS MAINTENANCE	Merville
MOTOR BOX	Hénin-Beaumont
POLYVISION	Onnaing
PRESSE FLAMANDE	Hazebrouck
PSA Peugeot Citroen site de Valenciennes	Valenciennes
Raffinerie des Flandres	Dunkerque
Rio Doce Manganèse Europe	Grande-Synthe
Toner Services	Saint-Martin-Boulogne
Vivard services	Zegerscappel

Cartographie des participants aux JPO 2006 Secteur de l'industrie



Artisanat

RAISON SOCIALE	COMMUNE
ATELIER ILJA WEDEKIND	Rivière
Atelier Verleen	Saint-Omer
Ateliers des Ravennes	Bondues
AU SAVONNIER	Arras
Broderies CAZE DUCAMP	Villers-Outréaux
DELIIGNIERES ANTIQUITES RESTAURATION	Sailly-sur-la-Lys
Ebénisterie Jean-Paul Cagnieux	Tatinghem
EBENISTERIE MARSON	Brebières
ENVIE DE SOLEIL LA BOUTIQUE DU FABRICANT	Villers-Outréaux
Flen Securit	Gravelines
La Bien Assise	Saint-Omer
L'ATELIER DE CHANTAL	Locon
L'ATELIER DU PIANO	Frelinghien
LE CLOS DE LA POMMERAIE	Houdain-lez-Bavay
Les Escaliers de la Hem	Journy
LUSTRERIE LABAERE	Dourges
MARYLENE	Camphin-en-Carembault
Menuiserie de la Lys	Aire-sur-la-Lys
Mille Fleurs Séchées	Ennetières-en-Weppes
POTERIE DU VIEUX BAC	Steenwerck
Tannerie Nory	Sainghin-en-Weppes
Un artisan dans la ville	Dunkerque

Cartographie des participants aux JPO 2006 du secteur de l'artisanat

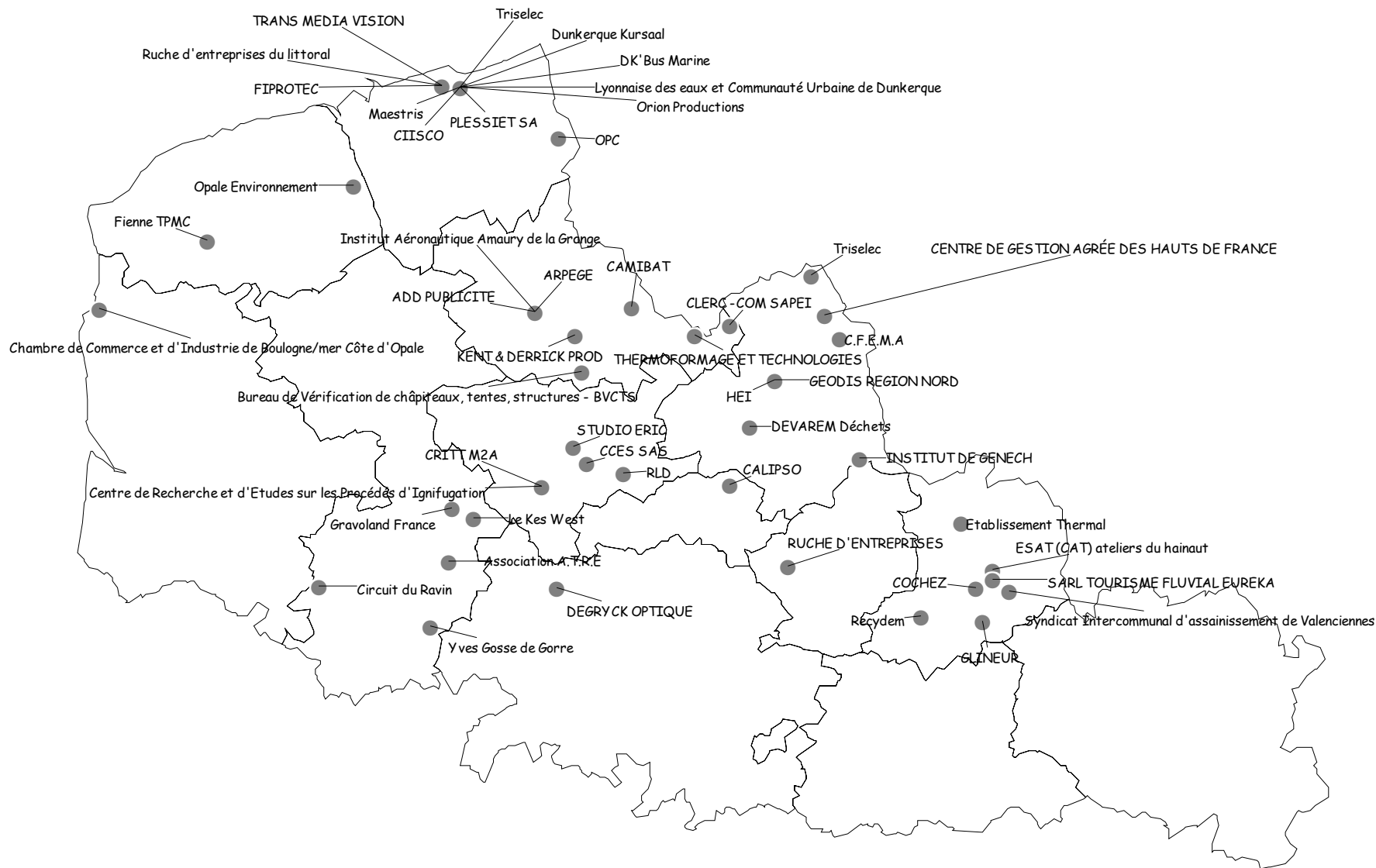


Services

RAISON SOCIALE	COMMUNE
ADD PUBLICITE	Hazebrouck
ARPEGE	Hazebrouck
Association A.T.R.E	Saint-Pol-sur-Ternoise
Bureau de Vérification de châpiteaux, tentes, structures - BVCTS	Merville
C.F.E.M.A	Roubaix
CALIPSO	Carvin
CAMIBAT	Bailleul
CCES SAS	Béthune
CENTRE DE GESTION AGRÉE DES HAUTS DE FRANCE	Tourcoing
Centre de Recherche et d'Etudes sur les Procédés d'Ignifugation	Bruay-la-Buissière
Chambre de Commerce et d'Industrie de Boulogne/mer Côte d'Opale	Boulogne-sur-Mer
CIISCO	Dunkerque
Circuit du Ravin	Saint-Georges
CLERC -COM SAPEI	Frelinghien
COCHEZ	Sentinelle (La)
CRITT M2A	Bruay-la-Buissière
DEGRYCK OPTIQUE	Aubigny-en-Artois
DEVAREM Déchets	Houplin-Ancoisne
DK' Bus Marine	Dunkerque
Dunkerque Kursaal	Dunkerque
ESAT (CAT) ateliers du hainaut	Anzin
Etablissement Thermal	Saint-Amand-les-Eaux
Fienne TPMC	Fiennes
FIPROTEC	Saint-Pol-sur-Mer
GEODIS RÉGION NORD	Lomme

RAISON SOCIALE	COMMUNE
GLINEUR	Maing
Gravoland France	Tangry
HEI	Lille
Institut Aéronautique Amaury de la Grange	Hazebrouck
INSTITUT DE GENECH	Genech
KENT & DERRICK PROD	Vieux-Berquin
Le Kes West	Bours
Lyonnaise des eaux et Communauté Urbaine de Dunkerque	Dunkerque
Maestris	Dunkerque
Opale Environnement	Sainte-Marie-Kerque
OPC	Hondschoote
Orion Productions	Dunkerque
PLESSIET SA	Dunkerque
Recydem	Lourches
RLD	Annequin
RUCHE D'ENTREPRISES	Douai
Ruche d'entreprises du littoral	Saint-Pol-sur-Mer
SARL TOURISME FLUVIAL EUREKA	Valenciennes
STUDIO ERIC	Annezin
Syndicat Intercommunal d'assainissement de Valenciennes	Marly
THERMOFORMAGE ET TECHNOLOGIES	Armentières
TRANS MEDIA VISION	Saint-Pol-sur-Mer
Triselec	Halluin
Triselec	Dunkerque
Yves Gosse de Gorre	Séricourt

Cartographie des participants aux JPO 2006 dans le secteur des services



Commerce

RAISON SOCIALE	COMMUNE
AUBERGE DE LA CREULE	Hazebrouck
Brasserie Historique de l' Abbaye du Cateau	Cateau-Cambrésis (Le)
FRANCE ALUMINIUM SYSTEME TECHNIQUE	Gorgue (La)
KALIMAT	Méteren
Lefranc	Saint-Martin-Boulogne
Littoral automobile	Saint-Pol-sur-Mer
Losfeld distribution	Roubaix
PROMOCASH	Aulnoy-lez-Valenciennes
SYMPHONIE	Méteren
WALTER LITERIE EUROPEENNE	Fresnes-lès-Montauban

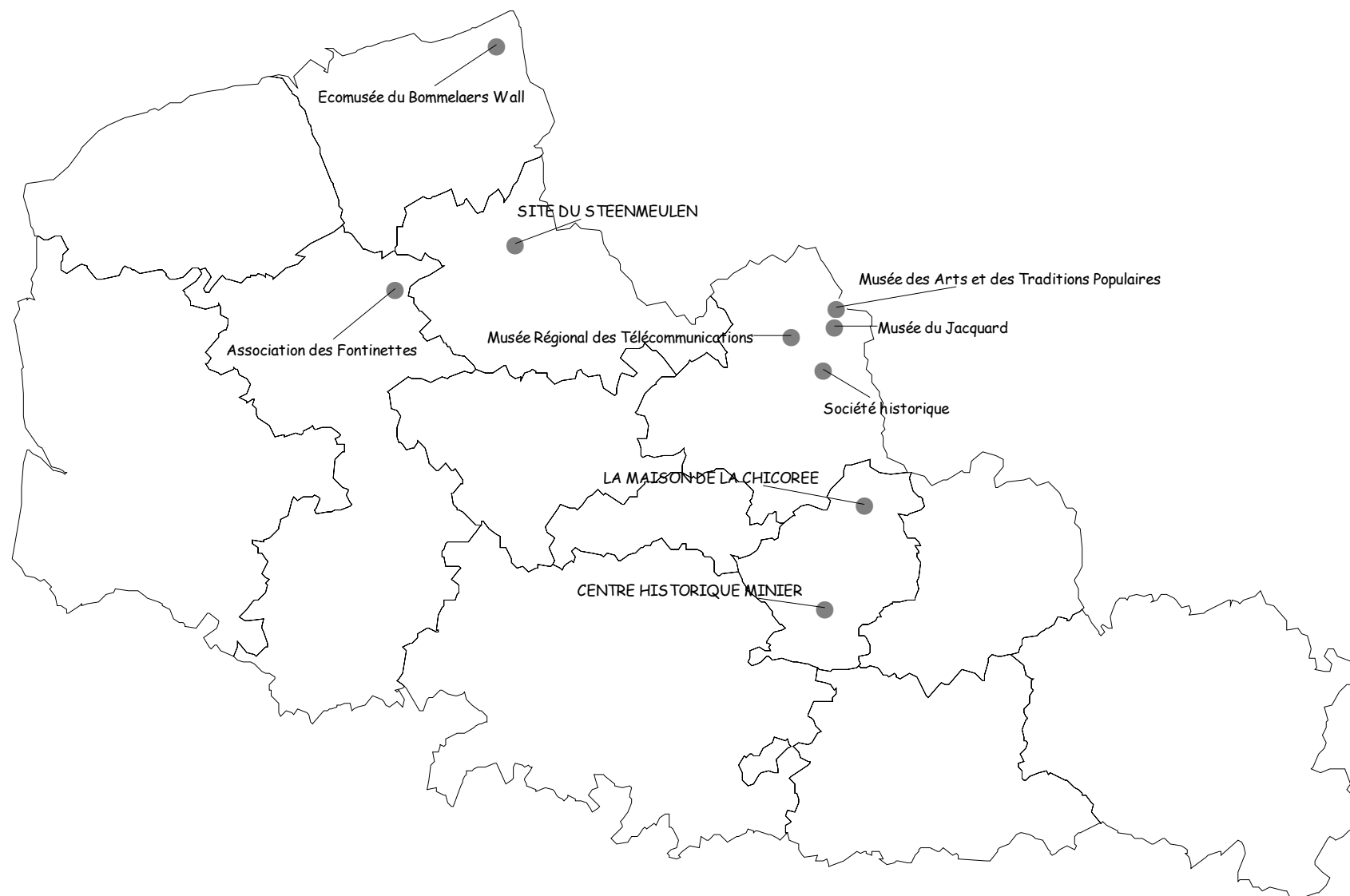
Loisirs et musées

RAISON SOCIALE	COMMUNE
Association des Fontinettes	Arques
CENTRE HISTORIQUE MINIER	Lewarde
Ecomusée du Bommelaers Wall	Ghyvelde
LA MAISON DE LA CHICOREE	Orchies
Musée des Arts et des Traditions Populaires	Wattrelos
Musée du Jacquard	Roubaix
Musée Régional des Télécommunications	Marcq-en-Baroeul
SITE DU STEENMEULEN	Terdeghem
Société historique	Villeneuve-d' Ascq

Cartographie des participants aux JPO 2006 dans le secteur du commerce



Cartographie des participants aux JPO 2006 dans le secteur des loisirs et musées



Edité par la CRCI Nord-Pas de Calais
2, Palais de la Bourse - BP 500
59001 LILLE Cedex
Tél : 03.20.63.79.79 - Fax : 03.20.13.02.00
Site internet : www.nordpasdecals.cci.fr
Directeur de la publication : Jean-Baptiste TIVOLLE
Impression : CRCI Nord—Pas de Calais
Dépôt légal : Janvier 2007
ISSN en cours