



Dossier de presse

18/12/2017

## Bilan 2017 : une très belle année touristique à Saint-Nazaire

A quelques semaines de la fin de l'année, les chiffres de fréquentation touristique du Port de tous les Voyages (Escal'Atlantic, Sous-marin Espadon, Ecomusée, Tumulus de Dissignac, Visites d'Airbus, du chantier naval et de Nantes Saint-Nazaire Port) montrent une très belle saison. La programmation des sites du Port de tous les Voyages à l'occasion des vacances de Noël soutiendra la fréquentation. L'année devrait se terminer avec environ 263 000 visiteurs payants, soit au même niveau que l'année précédente. Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, les sites de visite auront totalisé plus de 260 000 visiteurs payants.

Le tourisme français, quant à lui, enregistre de bons scores de fréquentation en 2017 après une chute conséquente en 2016, en particulier liée à la baisse des clientèles étrangères à Paris.



Des visiteurs devant le nouveau géant, *Symphony of the Seas*, en avril 2017. © A. Klose/ Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

## Les visites du Port de tous les Voyages

Si les visites sont proposées toute l'année, **le poids de la saison estivale** reste réel : avec un total de **113 115 visiteurs payants (soit 10% de plus qu'à la même période en 2016)**, les mois de juillet et août représentent 43% de la fréquentation de l'année.

On constate également une **très bonne tenue de la fréquentation en dehors de la saison estivale** puisque les mois de juin, septembre et novembre 2017 enregistrent chacun les meilleurs taux depuis 2009.

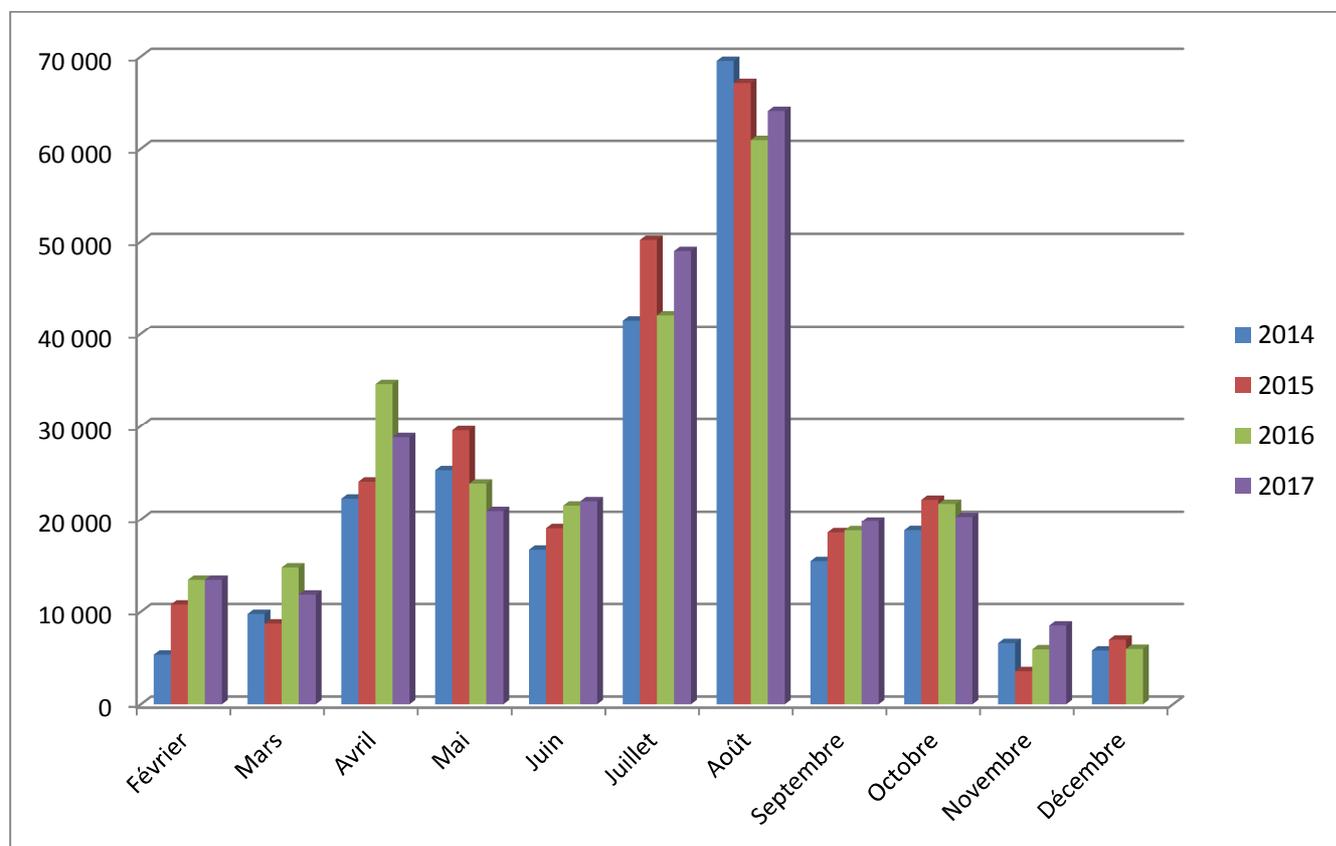
A deux reprises, **des records de fréquentation historiques ont été battus** pendant l'été 2017, le 26 juillet et le 17 août, avec respectivement 4 600 et 5 000 personnes accueillies sur les lieux de visite du Port de tous les Voyages.

On constate par ailleurs que l'intérêt pour **les visites d'entreprises** est toujours très fort : plus de 66 000 visiteurs à fin novembre (soit environ un visiteur sur quatre du Port de tous les Voyages).

Avec environ 2 400 visiteurs, soit pratiquement le double de 2016, **les visites patrimoine ont trouvé leur public** : la découverte « fine », parfois ludique, de la ville et de son patrimoine correspond à une réelle demande.

Dans le profil de la **clientèle** on constate qu'elle est à **95% française** ; **les familles et les couples** représentent la majorité des visiteurs ; les **Pays de la Loire** constituent la principale région d'origine, suivie de l'Île de France.

### Comparaison de la fréquentation mois par mois, 2014 – 2017



## Les raisons du succès

> Dans une **conjoncture nationale favorable au tourisme de proximité**, avec notamment le calendrier des élections en 2017, et dans une **situation géopolitique internationale** en faveur du tourisme européen et français, **des villes dynamiques comme Saint-Nazaire** tirent particulièrement bien leur épingle du jeu.

> Sur le plan local, les célébrations et manifestations de l'Année américaine et surtout **The Bridge**, avec le retour du *Queen Mary 2*, ont braqué les projecteurs sur Saint-Nazaire et incité de nombreux touristes à passer un jour ou un séjour à Saint-Nazaire. Une nouvelle **livraison de paquebot géant** (le *MSC Meraviglia* en juin 2017) a également été un fort facteur d'attractivité.

> Une politique systématique en faveur de la **qualité** est menée à l'échelle du territoire. Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a obtenu les labels Accueil Vélo pour l'Office de Tourisme et les sites de visite, ainsi que Qualité Tourisme pour les sites de visite. La Ville est particulièrement investie en obtenant le Pavillon Bleu pour le 3<sup>e</sup> été consécutif.

> Si Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a déployé sa politique de promotion essentiellement à un échelon départemental et régional, une opération exceptionnelle a pu être menée en avant-saison (avril) en **partenariat avec Loire-Atlantique Développement** et trois autres Offices de tourisme du littoral. Une **campagne mutualisée d'affichage dans le métro parisien**, très difficile à réaliser pour une structure seule en raison des coûts importants, a donné une belle visibilité à chacun des partenaires à travers 70 stations et 385 affiches.



Une importante surface d'affichage pour le tourisme en Loire-Atlantique dans 70 stations du métro parisien.  
© Loire-Atlantique Développement.

---

## Un virage sur le numérique avec des outils et des pratiques

**Février : mise en ligne du nouveau site [www.leportdetouslesvoyages](http://www.leportdetouslesvoyages)**

Ce site Internet est entièrement dédié à l'offre de visites du Port de tous les Voyages, avec descriptifs des visites, infos pratiques, actualités, et surtout **billetterie en ligne** pour toutes les visites et les forfaits. Sa charte graphique et la navigation sont modernes et très agréables, mettant en valeur l'iconographie. Ce site enregistre une moyenne mensuelle d'environ 21 000 visites, avec des pics saisonniers de 42 000 en juillet et 56 000 en août.

L'achat en ligne représente aujourd'hui en moyenne 20% de la vente totale de billetterie, et plus de la moitié (56%) pour les visites d'entreprises.

### Juin : premier blogtrip

Deux blogueuses originaires de Brest et Saint-Brieuc ont passé deux jours et demi et deux nuits à Saint-Nazaire. Autour de leurs blogs voyage / lifestyle ([www.lalydo.com](http://www.lalydo.com) et [www.blogalouest.com](http://www.blogalouest.com)) elles ont su créer des communautés importantes sur les réseaux sociaux.

Retombées de cet accueil : 4 articles très positifs sur Saint-Nazaire ; plus de 100 publications sur les réseaux sociaux ; près de 300 photos et vidéos partagées totalisant près de 8 000 like, partages et/ou commentaires, et environ 300 citations « Saint-Nazaire ».

A noter : des blogueuses locales se font ambassadrices de l'offre touristique en écrivant des billets sur des visites du Port de tous les Voyages : *Les Petites Berniques* (les croisières-découvertes), *Maman et sa Chipie* (visite du sous-marin), *Maman Nazairienne* (visite d'Airbus)...

### Août : on « prend la main » sur les réseaux sociaux de Loire-Atlantique Développement

Début août, pendant une journée, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme s'est vu confier les codes d'accès pour les comptes Facebook, Twitter et Instagram de Loire-Atlantique Développement pour y promouvoir les multiples atouts de Saint-Nazaire. Les publications se sont faites notamment avec le hashtag dédié #1jouràSaintNazaire :

- 2 posts FB : 39 000 personnes atteintes, 1 000 réactions dont plus de 700 J'aime
- 9 tweets : 19 600 impressions (vues), 119 retweets, 107 J'aime
- 11 stories Instagram : 5 600 impressions



Quelques exemples de stories sur Instagram

### Octobre : le premier Instameet

En partenariat avec le groupe Igersnantes, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a organisé son premier Instameet le 21 octobre 2017. L'Instameet est un rendez-vous collectif d'« instagramers », des passionnés de

photo et du réseau social Instagram, pour vivre sur un lieu une journée pleine de partages, d'échanges, de rencontres et de beaux visuels partagés. 25 photographes, venant essentiellement de Nantes, avec aussi quelques Niortais et quatre Nazairiennes, ont bénéficié d'une visite privée du sous-marin Espadon, précédée d'une balade portuaire avec des ambiances très photogéniques, alternant soleil et pluie, arc-en-ciel et grosses vagues... Pendant et après l'Instameet, les photographes ont posté **environ 170 photos** avec le hashtag dédié, qui ont déclenché plus de **27 000 J'aime**.



Les Instagramers attendent la prochaine vague au Vieux Môle... © A. Klose/ Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

### Point sur les réseaux sociaux de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme (chiffres début décembre 2017)

- Facebook - [@SaintNazaireTourisme](#) : 9 700 abonnés
- Twitter - [@VisitSaintNazaire](#) – 1 000 abonnés
- Instagram - [@saintnazairetourisme](#) – 1 000 abonnés
- Sur TripAdvisor : 549 avis sur Escal'Atlantic, dont 83% « excellent » ou « très bon » ; 600 sur le sous-marin Espadon, dont 87% « excellent » ou « très bon ».

---

## L'Office de Tourisme

L'équipe de l'Office de Tourisme a accueilli environ 68 000 personnes, reçues à la Base sous-marine et sur PiLOTe, représentant 24 000 actes de renseignement (guichet, téléphone, mail, courrier). Ces chiffres sont légèrement en retrait par rapport à 2016 (85 000 personnes accueillis, 28 000 actes de renseignement), ce qui s'explique par de nouvelles pratiques. En arrivant à Saint-Nazaire, le visiteur / touriste a déjà trouvé de très nombreux renseignements sur Internet (augmentation de la fréquentation des sites web de plus de 40% entre juin et août par rapport à 2016) ; s'il pousse la porte de l'Office de Tourisme, c'est désormais pour des conseils personnalisés.

## Nouveau périmètre

Dans le cadre de la loi NOTRe sur l'intercommunalité et la création de la nouvelle structure Saint-Nazaire Agglomération Tourisme, le **nouveau périmètre d'intervention** (territoire CARENE sans Pornichet) implique

l'intégration de l'Office de Tourisme de Saint-André-des-Eaux, qui est devenu Bureau d'information touristique, et de sa salariée qui a rejoint l'équipe de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.

Dès l'été 2017, l'Office de Tourisme de Saint-Nazaire a « investi » le nouveau territoire en déployant l'office mobile PiLOTe à différents endroits de la CARENE, à l'occasion de diverses manifestations : fête des Chalands fleuris de Saint-André-des-Eaux, festival de la vannerie de La Chapelle-des-Marais, une présence au marché des producteurs à l'invitation de Terre de Sel, la Fête du Parc du PNR de Brière...

### Escales de paquebots de croisière

A travers l'Office de Tourisme, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a été une nouvelle fois activement impliqué dans la préparation et la réalisation de l'accueil des paquebots de croisière lors des six escales enregistrés en 2017 à Montoir, auxquelles s'ajoute un embarquement de passagers le 9 mai sur le paquebot *Astoria*.

Environ **5 000 passagers ont été accueillis** au Terminal du Grand Ouest à Montoir. **2 671 personnes ont profité des navettes** mises à disposition par la CARENE et gérées par l'Office de Tourisme pour visiter Saint-Nazaire (centre-ville, front de mer...).



Accueil des croisiéristes sur le quai du Terminal du Grand Ouest. © A. Bompas/ Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

### Présence estivale

En collaboration étroite avec les services des Sports de la Ville, le véhicule PiLOTe était systématiquement présent sur le front de mer dans le cadre des animations de la baie de Saint-Nazaire, «Côté Plage ».

### Labels

L'Office de Tourisme de Saint-Nazaire a reçu la labellisation « Accueil Vélo » (tout comme les sites de visite Escal'Atlantic, Ecomusée et Espadon). La volonté de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme en faveur de la qualité engage l'Office de Tourisme vers le label Qualité Tourisme et l'obtention du niveau le plus élevé dans la classification des offices de tourisme.

---

## L'environnement professionnel

**Les professionnels du tourisme (hébergeurs et restaurateurs) affichent une satisfaction de l'année 2017. Les chiffres de l'INSEE n'étant pas encore disponibles, il est impossible actuellement de livrer une analyse.**

Début décembre, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a créé son **Conseil Consultatif des Acteurs** locaux. 60 acteurs de l'économie du tourisme du territoire avaient répondu à l'invitation.



Le bureau du Conseil Consultatif des Acteurs du tourisme. © Saint-Nazaire Agglomération Tourisme



### Contact presse

Andrea KLOSE, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

Tél. 02 28 54 08 05 / 06 89 88 29 05

[klosea@saint-nazaire-tourisme.com](mailto:klosea@saint-nazaire-tourisme.com)

## NOTES