

saint-nazaire **RENVERSANTE®**

Argumentaire



saint-nazaire-tourisme.com

SAINT-NAZAIRE RENVERSANTE est la nouvelle marque de destination pour le territoire touristique de Saint-Nazaire et traduit un nouveau positionnement. Cette marque de destination valorise toutes les offres de visites et de découvertes du territoire à travers plusieurs **itinérances**, correspondant à ses différents atouts : **la ville, le port, le patrimoine, la mer et la nature.**

L'histoire d'une ville d'un territoire



Une fois de plus, Saint-Nazaire est de retour. Comme plusieurs fois depuis sa naissance, Saint-Nazaire a toujours su se réinventer. Humblement. Opiniâtement. Obstinément. Comme toujours. Et aujourd'hui comme toujours, Saint-Nazaire peut être fière.

Son architecture 1950 devient tendance. Son histoire devient patrimoine. Son présent industriel est fleuron et futur de l'industrie française.

Désormais c'est tout un territoire aux mille facettes, qui se complètent sans jamais s'opposer, qui peut être fier de ce qu'il est devenu.

...Urbain et balnéaire.

...XXL et intimiste

...Industriel et bucolique

...Historique et innovant

...ingénieuse et littéraire

De Besné à La Chapelle-des-Marais... De Donges à Montoir-de-Bretagne... De Pornichet à Saint-André-des-Eaux... De Trignac à Saint Joachim... Les habitants peuvent être fiers de ces contrastes, de cette force et de cette histoire, de cette culture.

Aux visiteurs et aux habitants de ressentir cette résilience sans pareille, qui a fait l'identité et la trempe de ce territoire unique.

Ses lumières singulières. Le caractère de sa Brière. La douceur de ses côtes aux plages et criques insoupçonnées. La puissance industrielle de son port unique en France. Sa capacité à inventer demain. La richesse de son patrimoine culturel vivant.

Aux côtés des stations balnéaires très convenues, Saint-Nazaire détonne. Etonne. Surprend. Comme une enfant surdouée à qui on pardonne sa turbulence.

Saint-Nazaire vous attend, prête à tout bousculer : les a priori, les conventions, les attendus. Prête à vous retourner.

Ouverte. Innovante. Insoupçonnée. Renversante. Saint-Nazaire mérite un voyage. Saint-Nazaire est une invitation à tous les voyages.

Alors, êtes-vous prêts à vous laisser surprendre ?

Pourquoi Saint-Nazaire est-elle une destination renversante ?

Saint-Nazaire est une destination renversante car c'est un territoire inattendu, parfois méconnu, insoupçonné, contrasté. Un territoire aux mille facettes qui se complètent sans jamais s'opposer :



URBAIN : une ville de 70 000 habitants, un centre-ville, des commerçants // **BALNEAIRE** : un front de mer, 20 plages et criques, Saint-Marc-sur-mer, un littoral préservé parfois sauvage

XXL : des bateaux et paquebots géants, une base sous-marine immense // **INTIMISTE** : des quartiers à échelle humaine pleins de charme (Méan, Havane), des lieux de vie conviviaux, la Place du Commando

HISTORIQUE : l'Ecomusée, le patrimoine architectural d'avant-guerre, la ville des années 1950, la base sous-marine // **INNOVANT** : des entreprises industrielles fleuron de l'industrie française d'aujourd'hui et de demain, l'éolien, la digital week, le Technocampus

INDUSTRIEL : les chantiers navals, le grand port maritime, Airbus // **BUCOLIQUE** : le chemin des douaniers, des parcs et jardins en cœur de ville mais aussi et surtout le Parc Naturel Régional de Brière, le 2^{ème} plus grand marais de France.



Pourquoi l'offre de visites de Saint-Nazaire est-elle renversante ?



Une offre de visites riche, diversifiée, inattendue :



le seul lieu permettant une immersion au cœur de la grande aventure des paquebots transatlantiques de légende.



le seul sous-marin à flot qui se visite en France et le premier sous-marin français à avoir plongé sous la banquise.



un musée qui raconte l'histoire et les évolutions d'une ville au destin singulier, témoin du 20^{ème} siècle + 1 Saison patrimoine



le tout premier lieu de visite en France, interactif et ludique, entièrement dédié aux énergies du vent et à l'éolien en mer.



Les chantiers de l'Atlantique

la construction des plus grands paquebots du monde au cœur d'une aventure industrielle exceptionnelle.

Airbus

un des plus grands pôles aéronautiques européens au sein duquel on assiste en direct à l'assemblage des tronçons centraux et cockpits de tous les avions Airbus, y compris l'A380.



Le grand port Nantes-Saint-Nazaire

pour découvrir les installations géantes et l'organisation du 1^{er} port de la façade atlantique française, connecté au monde entier.

Des visites de ville

pour percer les mystères de Saint-Nazaire et comprendre son histoire à travers des lieux emblématiques comme la base sous-marine ou les bâtiments de la reconstruction.



Le Tumulus de Dissignac

le plus ancien site mégalithique de la Loire-Atlantique édifié il y a plus de 6 000 ans.

Les croisières découvertes

en journée, en soirée ou en nocturne, pour découvrir depuis l'Estuaire et l'Océan, la ville, ses installations portuaires et son littoral préservé.

Changer de point de vue

SAINT-NAZAIRE RENVERSANTE c'est également une **invitation au changement de point de vue** : regarder la ville autrement, poser sur elle un regard différent, en se laissant surprendre, en levant ou en baissant les yeux. Pour voir ou revoir les évidences mais aussi pour dénicher les pépites et les trésors cachés du territoire : une crique, un monument d'avant-guerre, une ruelle, une peinture murale, une enseigne, un artisan, un pont levant...



Une posture adaptée

Promouvoir/commercialiser la destination Saint-Nazaire, ses visites, sa Saison patrimoine et traduire son caractère « renversant » se joue également dans la **posture de chacun et dans l'expression d'une qualité d'accueil exemplaire**. Dès le premier contact (OT, billetteries, sites, téléphone...) l'expérience de visite et de découverte s'engage. La posture de chacun est donc cruciale car elle contribue à la construction d'un souvenir mémorable. Et cela passe par un sourire, une attention particulière à l'autre afin d'adresser un message parfaitement adapté (règles du *Storigami* : quelle est ma cible, quelle est son besoin, quel(s) message(s), quelle histoire, avec quel(s) leviers émotionnel(s), quelle tonalité...)...



