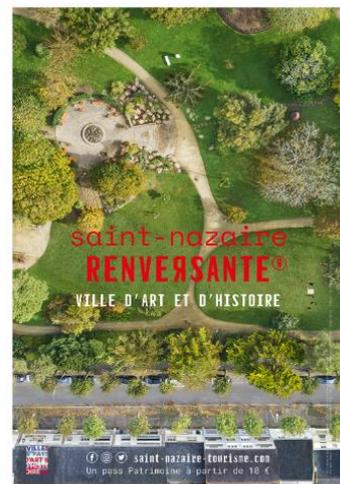
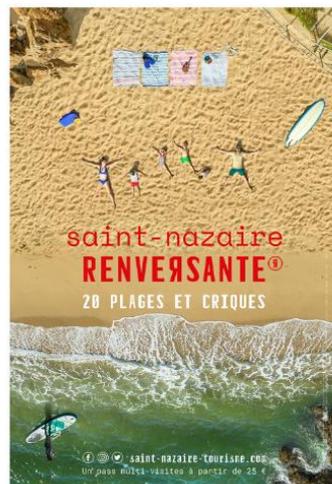
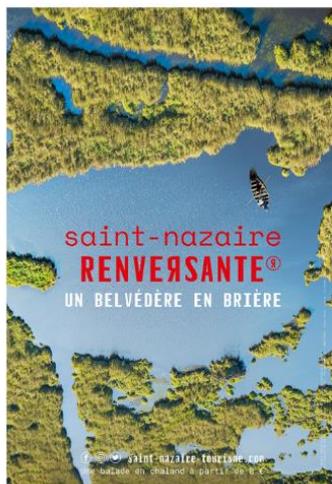
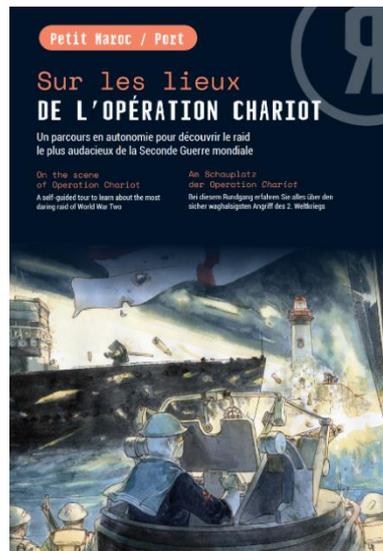
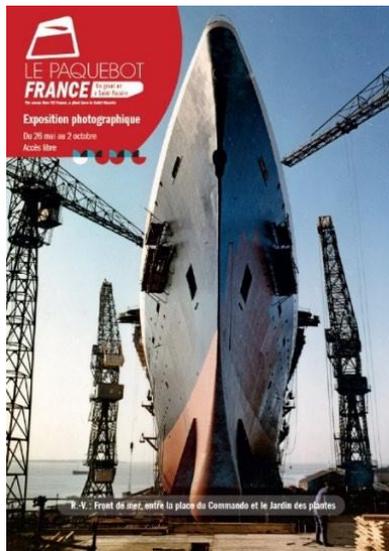


# Rapport annuel d'activité 2022



La Société Publique Locale Saint-Nazaire Agglomération Tourisme, au capital de 250 000 €, fut fondée en 2017 par la Ville de Saint-Nazaire et la CARENE et bénéficie d'une Délégation de Service Public unique de ses deux actionnaires fondateurs.

**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME**® ●●●



/saint-  
nazaire  
agglo

## Sommaire

<b>Le rapport moral de la Présidente – Directrice générale</b>	p. 4 - 5
<b>I - Les actions spécifiques et faits marquants de l'année 2022</b>	
1. La gestion des situations exceptionnelles	p. 7
2. L'exposition dans l'espace public sur le paquebot <i>France</i>	p. 8
3. 80 <sup>ème</sup> anniversaire de l'opération Chariot	p. 9
3. Les campagnes de communication	p. 10 - 11
4. Exposition photo en plein-air à Saint-André-des-eaux	p. 12
5. Tableau de bord des indicateurs touristiques	p. 13 - 20
<b>II - Les informations requises par la DSP conformément aux dispositions des articles L.1411-3 et R.1411-7 du code général des collectivités territoriales</b>	
1. Le projet d'entreprise 2022 - 2027	p. 22 - 24
2. Les données d'exploitation sur le visitorat des équipements (nombre d'entrées par activité, par tarif, par origine, par période de l'année...) et au nombre de visiteurs recensés sur le territoire	p. 25 - 40
3. Les données liées aux activités : ventes boutique, restauration, nature et nombre des animations et événements	p. 41
4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année	
4.1. L'Office de Tourisme intercommunal	p. 42 - 54
4.2. Le marketing	p. 55 - 63
4.3. Les partenariats	p. 64 - 66
4.4. Les démarches qualité	p. 67
4.5 Les missions d'ingénierie	p. 68 – 71
5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire	p. 72- 100
6. Les ressources humaines	p. 101 - 102
7. L'organigramme à jour avec la liste des personnels	p. 103
8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan comptable général en vigueur certifiés par un commissaire aux comptes agréé ; une information sur les engagements à incidences financières, y compris en matière de personnel, liés à la délégation de service public, et nécessaire à la continuité du service public	p. 104 - 114
9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités	p. 115 - 116
10. L'inventaire des biens mis à jour	p. 117
11. Un journal de bord des travaux réalisés par le délégataire	p. 117
12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme	p. 118 - 120

## Le rapport moral de la Présidente Directrice générale



L'année 2022 a renoué avec une activité quasi normale après deux années perturbées par la pandémie. Si l'ensemble des équipes a pu exercer pleinement ses missions, ce ne fut néanmoins qu'à partir de l'été que les fréquentations des sites et des visites ont enregistré des scores similaires, dépassant parfois les niveaux de 2019, considérés comme année record.

Ainsi, le sous-marin Espadon a enchanté toujours plus de visiteurs. Son attractivité est renforcée grâce au programme de restauration et de valorisation menée en 2021, générant la visite de plus de 109 000 adultes et enfants, venus vivre une expérience immersive. L'ensemble des autres visites enregistre de bons niveaux de fréquentation en dépit du déficit de groupes et la limite de jauges imposées à 35 personnes au lieu de 50 pour les visites AIRBUS. Le déploiement d'un dispositif de visite en 8 langues des Chantiers de l'Atlantique vise à élargir les clientèles étrangères, à l'instar du sous-marin Espadon.

Quelques éléments chiffrés :

- La fréquentation totale des sites et des visites : 315.000 personnes soit 95 % des objectifs contre 195.000 personnes en 2021.
- Le chiffre d'affaires des billetteries s'élève à 2,54 million d'euro, + 59 % comparé à 2021
- Fréquentation de la Saison patrimoine : 19.500 participants (dont les Journées Européennes du Patrimoine), + 47 % par rapport à 2021 et + 40 % par rapport à 2019.
- La fréquentation des Journées Européennes du patrimoine : 3.800 personnes contre 3.639 en 2021.
- La fréquentation physique de l'Office de Tourisme : 72.125 personnes accueillies sur un objectif de 75.000 et 22.162 actes de renseignements sur un objectif de 25.000. La baisse constatée comparée à 2019 est expliquée par deux événements à forte affluence : Débords de Loire et la présence de l'Hermione.
- Le numérique progresse toujours avec 660.000 visiteurs uniques pour un total de 2.245.000 pages vues et un chiffre d'affaires généré en ligne de 1 million d'euros, soit une progression de 34 % par rapport à 2021.

Parallèlement, la Saison patrimoine a permis de stimuler l'intérêt des habitants et des touristes par la richesse de la programmation, dont le fil rouge était lié au paquebot *France*, à l'occasion des 60 ans de la mise en service de ce dernier. A ce titre, l'exposition sur le front de mer – promenade Joël Batteux, *France, un paquebot de légende*, fut un réel succès.

L'attractivité de la destination est basée sur une stratégie de communication soutenue, tant sur les media classiques que numériques. On peut citer en 2022 :

- Une campagne de communication Saint-Nazaire Renversante de révélation de la destination avec, pour la deuxième année, une présence à Paris, en gare Montparnasse. Programmée au printemps, elle avait pour objectif de positionner la destination sous la forme d'un triptyque : le littoral, la ville et la Brière auprès des cibles en quête d'idées de week-end et de vacances à l'approche de l'été.
- La reconduction de la campagne de communication estivale pour promouvoir les sites de visite sous la forme d'un quadriptyque.
- La création d'une nouvelle vidéo de promotion des sites et des visites, en phase avec le positionnement Saint-Nazaire Renversante a été réalisé dans la même veine que celle spécifique à la destination réalisée en 2019. L'accompagnement vocal et musical a fait l'objet d'un investissement dédié pour une conception et une composition sur le registre du slam.

... / ...

La mise en œuvre de ces actions s'établit désormais dans le cadre du deuxième contrat de Délégation de Service Public (2022 – 2027) unique pour l'Agglomération et la Ville de Saint-Nazaire. Conformément à ce contrat, un nouveau projet d'entreprise a été adapté et voté par le Conseil d'administration. Celui-ci comporte 37 actions selon les axes fondamentaux suivants :

- L'adaptation et l'efficacité avec des missions calibrées, évaluées et ajustées en fonction des résultats obtenus et de l'évolution du contexte social, économique et environnemental.
- La citoyenneté en impliquant les habitants et les touristes dans un cercle vertueux.
- Des investissements à vocation durable dans les domaines du patrimoine, des équipements, des services, du marketing, du digital et des ressources humaines.
- Le renforcement des synergies endogènes (internes SNAT et actionnaires) et exogènes (avec les territoires les partenaires, les structures et les réseaux).

Sur le plan financier, la société enregistre un déficit financier supérieur aux prévisions. Compte-tenu du manque de chiffres d'affaires enregistré sur l'activité des groupes et parallèlement, l'augmentation des charges d'exploitation liées à l'inflation, les autorités concédantes ont été sollicitées à hauteur de 80.000 € pour combler une partie du déficit prévisionnel. Or, l'un des contrats d'énergie, piloté par la Ville de Saint-Nazaire et dont la société est tributaire, a fait l'objet de révisions supplémentaires de prix en février 2023, portant sur le second semestre 2022 par rétroactivité, à hauteur de 100.000 € HT. Ainsi, le déficit de l'année 2022, fiscalement reportable sur les exercices suivants, s'élève à 122.000 €.

Dans le contexte de mutations profondes, l'ensemble des équipes est mobilisé pour s'adapter aux nouveaux enjeux. Cinq chantiers d'envergure ont été amorcés en 2022, fidèlement au projet d'entreprise :

- Sur le plan des ressources humaines, il s'agit de déployer un plan pluriannuel de formations et d'engager une valorisation salariale. A ce titre, deux augmentations généralisées ont été programmées en mars 2022 et au 1<sup>er</sup> janvier 2023.
- Le programme de conception et de réalisation d'un centre de conservation des œuvres, conforme à la loi musée de France est en cours, en concertation avec la Ville et l'Agglomération de Saint-Nazaire, ainsi qu'avec le Parc Naturel Régional de Brière.
- Au titre de l'Office de Tourisme intercommunal, un travail de mise en relation est maintenu avec l'ensemble des professionnels du tourisme du territoire et les services publics d'accompagnement à l'emploi afin de relever les défis de la carence de main d'œuvre et de logements pour les saisonniers.
- La création d'un Tiny-Office est engagée pour une implantation sur le site de la Chaussée neuve à Saint-André des Eaux à l'été 2023.
- En écho avec les quatre points ci-dessus et, tel un fil conducteur de l'ensemble du projet d'entreprise, une action spécifique à la démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) a été amorcée.

Après six années d'existence, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a réussi à se positionner comme acteur territorial de référence. Par la nature des missions qui lui sont confiées, la structure intègre pleinement l'innovation à son mode de fonctionnement.

Aussi, puis-je dans ce rapport moral formuler tous mes remerciements à l'ensemble des collaborateurs impliqués quotidiennement, aux partenaires engagés à nos côtés et aux administrateurs pour leur assiduité au sein du Conseil d'administration.



Céline GIRARD-RAFFIN

## I - Les actions spécifiques à l'année 2022



## 1. La gestion des situations exceptionnelles : suite Covid-19, impacts de la géopolitique et restructuration du pôle administration

### ▪ Les suites de la pandémie Covid-19

Après deux années de pandémie Covid-19, l'année 2023 n'a pas subi de période de fermeture des sites et des visites. Toutefois, la vigilance a été maintenue. L'ensemble des mesures de protection du personnel et des visiteurs sont prolongées par la mise à disposition de masques et de gel hydroalcoolique.

Une des conséquences de la pandémie se traduit par une baisse significative de groupes adultes et scolaires au cours du 1<sup>er</sup> semestre et dans une moindre mesure sur le 2<sup>nd</sup> semestre. Cet état de fait a imposé la mise en place d'une stratégie de commercialisation plus offensive. La réalité reste néanmoins une modification profonde du marché des groupes, en particulier sur le segment des seniors.

### ▪ Les impacts de la situation géopolitique

La géopolitique marquée par le conflit russo-ukrainien a pour conséquence une situation inflationniste dont l'impact sur les charges d'exploitation de la structure sont particulièrement significatives sur l'énergie et la masse salariale. Les salaires ont été augmentés de 5 %, 3,5 % ou 2 % selon le niveau de rémunération. Quant à l'énergie, les contrats ont été maîtrisés, excepté celui piloté par la CARENE et dont est tributaire la SPL pour Escal'Atlantic. Ce dernier a fait l'objet de révisions successives dont deux supplémentaires en février 2023, portant sur le second semestre 2022 par rétroactivité, à hauteur de 100.000 € HT.

Les deux points ci-dessus ont été communiqués au Comité de suivi de conjoint, veillant à l'équilibre économique de la SPL, en vue d'un accompagnement des autorités concédantes. Une contribution exceptionnelle de 80.000 € a été versée par la CARENE.

### ▪ La restructuration du pôle Administration

En juillet 2022, le décès de Guillaume GRAVELEAU, Responsable administratif et financier, a créé un séisme, organisationnel et émotionnel, au sein de la SPL. Ses missions ont été réparties en interne avec l'accompagnement d'Anthony PEREZ, Expert-Comptable au cabinet TGS. Après un processus de recrutement, Jean-François GROSSEAU a pris ses fonctions dès le mois d'octobre.

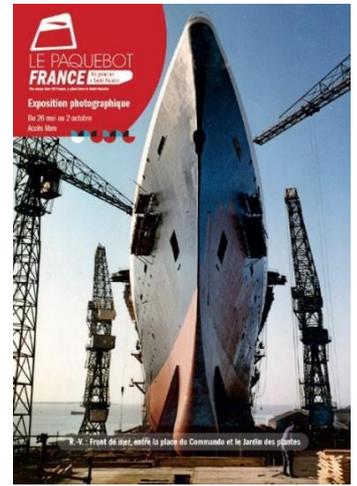
La disparition de Guillaume GRAVELEAU a entraîné la démission de son bras droit, Florian DENIAUD, Comptable général ; lequel a été remplacé dès le mois de septembre par une salariée qui a rompu son contrat durant la période d'essai.

A l'issue d'une période de diagnostic des besoins, le pôle Administration a été restructuré. Un renfort est programmé début 2023 par recrutement.

## 2. L'exposition dans l'espace public sur le paquebot France

« France, un géant né à Saint-Nazaire »

Mis en service en 1962, le paquebot France a été construit aux chantiers de l'Atlantique à Saint-Nazaire à l'initiative de la Compagnie Générale Transatlantique. **Ce navire a été le fil rouge de la Saison patrimoine 2022** pour le volet « Quels voyages ! », avec comme temps fort une exposition sur l'espace public. Si il était impossible de comptabiliser la fréquentation, cette exposition a été largement vue, suivie et relayée par les médias.

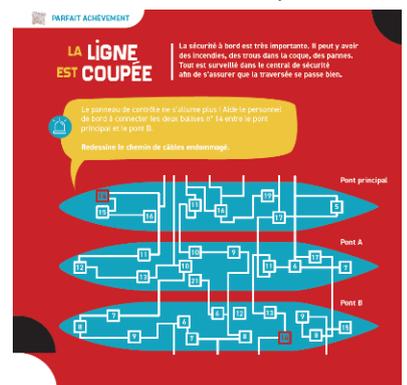


80 photographies, pour la plupart reproduites en grand format, ont été présentées sur le front de mer du 26 mai au 2 octobre. Neuf séquences ont retracé la construction du paquebot, des études initiales à sa première traversée du Havre vers New York.

L'exposition est constituée à partir des **fonds photographiques conservés par l'Écomusée – musée de France**, et particulièrement le fonds donné par les Chantiers de l'Atlantique, valorisant ainsi cet exceptionnel ensemble. Au-delà du sujet lui-même, **une grande accessibilité liée au lieu et au parti-pris de médiation et de rédaction**, auquel a veillé l'équipe de conception, a largement contribué à son succès.

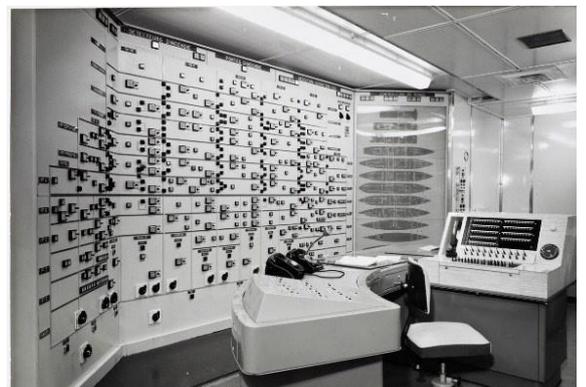
Pour les **familles**, un livret d'activités gratuit était disponible à l'Office de Tourisme et à l'Écomusée afin d'explorer l'exposition en s'amusant.

Les **scolaires** ont pu profiter de l'exposition à la rentrée de septembre : réalisation d'un dossier adapté au primaire et au secondaire, formation de 22 enseignants pour 550 élèves, visite pédagogique personnalisée pour 7 classes et 182 élèves, intégration dans les Parcours d'Éducation Artistique et Culturel de deux classes de CM1-CM2 de l'école Sadi Carnot en partenariat avec le conservatoire de musique. Pour les **publics adultes**, des visites guidées ont été proposées plusieurs fois.



L'exposition a rencontré un très important succès auprès du public, Nazairiens et touristes, promeneurs occasionnels ou réguliers. La presse s'en est fait le relais et un partenariat avec Ouest-France a permis à une quarantaine d'abonnés de suivre une visite guidée exclusive de l'exposition.

Elle a bénéficié du soutien financier de La Région des Pays de La Loire et de l'entreprise « Chantiers de l'Atlantique ».



### 3. 80<sup>ème</sup> anniversaire de l'opération Chariot

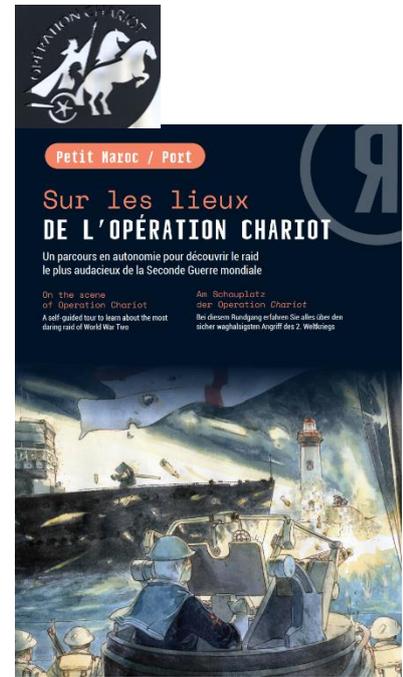
L'année 2022 a marqué le **80<sup>e</sup> anniversaire** de ce raid militaire britannique de la Seconde Guerre Mondiale contre l'armée allemande, qui s'est déroulé dans la nuit du 27 au 28 mars 1942.

**En partenariat avec la Ville, un parcours pérenne d'interprétation** a été élaboré pour relater étape par étape ce raid. Il prend la forme de **7 panneaux intégrés** dans un mobilier urbain métallique. Les textes ont été écrits par le **pôle Patrimoine et l'association Saint-Nazaire Society** et ils sont accompagnés **dessins originaux de Benoit Blary**, dessinateur de BD et illustrateur français.

L'inauguration de ce parcours s'est déroulée le 28 mars 2022 avec un déjeuner donné par la Ville en l'honneur de la délégation britannique, au Salon du port d'Escal'Atlantic.

Deux visites ont été créées pour cibler les adultes et les adolescents :

- « Raid sur Saint-Nazaire », visant un public adulte, qui retrace minute par minute, le déroulé de l'opération en suivant le cheminement des commandos sur le site du PetitMaroc.
- « Opération Chariot, des commandos dans l'action », une visite guidée participative où adolescents et adultes sont invités à prendre des décisions stratégiques, à la manière des commandos lors de l'opération.



**Un raid britannique sur Saint-Nazaire**

Le 28 mars 1942, le quartier portuaire de Saint-Nazaire est le théâtre de violents affrontements entre les forces britanniques et allemandes. Ce parcours libre, en sept étapes, permet de suivre les soldats et les commandos de l'opération Chariot. Du pont-levant à la forme-écluse Joubert, des signalétiques orientent le regard sur les lieux où se sont déroulés les événements.

**A British raid on Saint-Nazaire**

On 28th March 1942, Saint-Nazaire's port district was the site of violent confrontations between British and German troops. This self-guided circuit of seven steps leads you in the footsteps of the soldiers and commandos of Operation Chariot. From the lift bridge to the Normandie Dock, panels show you the key sites of all the main events.

**Ein britischer Angriff auf Saint-Nazaire**

Am 28. März 1942 wird das Hafenviertel von Saint-Nazaire Schauplatz erbitterter Kämpfe zwischen britischen und deutschen Einheiten. Diesen Rundgang in sieben Etappen mit Informationsstafeln können Sie nach ihrem eigenen Rhythmus zurücklegen, um von der Hubbrücke bis zum Normandie-Dock den Spuren der Soldaten und Kommandoschiffe der Operation Chariot zu folgen.

**Sur les lieux DE L'OPÉRATION CHARIOT** est un parcours réalisé par :

Ville de Saint-Nazaire – Direction Communication et Attractivité : production globale et commémoration  
 Saint-Nazaire Agglomération Tourisme – Pôle patrimoine - recherches, ingénierie de conception  
 Association Saint-Nazaire Society - définition des contenus et commémoration  
 Textes : Elissa André, Eloïse Bugeon, Mathieu Rodrigues de Oliveira  
 Relectures : Elissa André, Paul Claes, Tiphaine Yvon  
 Recherches iconographiques et synthèses documentaires : Thérèse Dumont, Mathieu Rodrigues de Oliveira  
 Conception graphique : Mathieu Lédor  
 Illustrations : Benoit Blary  
 Traductions : Agostino, Agent British, AK Traductions  
 Designer : Christophe Berte  
 Concepteur-réalisateur et imprimeur du mobilier : Hors-Ligne  
 Imprimeur du dépliant : Le Silikon - groupe Imgraph

- Objectif Saint-Nazaire** 25 mars 1942  
The St. Nazaire Raid 25 March 1942  
Angriffsziel Saint-Nazaire 25 März 1942
- Réaliser l'impossible** 28 mars 1942 - 1 h 27 (heure anglaise)  
Achieving Mission Impossible 28 March 1942 at 01:27 hours (British time)  
Das Unmögliche möglich machen 28 März 1942 - 1 Uhr 27 (englische Uhrzeit)
- Cible atteinte** 28 mars 1942 - 1 h 34 (heure anglaise)  
Right on Target 28 March 1942 at 01:34 hours (British time)  
Ziel erreicht 28. März 1942 - 1 Uhr 34 (englische Uhrzeit)
- Le théâtre des opérations** 28 mars 1942 - 1 h 50 (heure anglaise)  
The Theatre of Operations 28 March 1942 at 01:50 hours (British time)  
Am Schauplatz der Ereignisse 28. März 1942 - 1 Uhr 50 (englische Uhrzeit)
- Dans l'action** 28 mars 1942 - 2 h 00 (heure anglaise)  
A Job to Be Done 28 March 1942 at 02:00 hours (British time)  
In voller Aktion 28. März 1942 - 2 Uhr 00 (englische Uhrzeit)
- Changement de plan** 28 mars 1942 - 2 h 30 (heure anglaise)  
A Change of Plan 28 March 1942 at 02:30 hours (British time)  
Planänderung 28. März 1942 - 2 Uhr 30 (englische Uhrzeit)
- Dernière chance** 28 mars 1942 - 3 h 00 (heure anglaise)  
Last Chance to Escape 28 March 1942 at 03:00 hours (British time)  
Letzte Chance 28. März 1942 - 3 Uhr 00 (englische Uhrzeit)

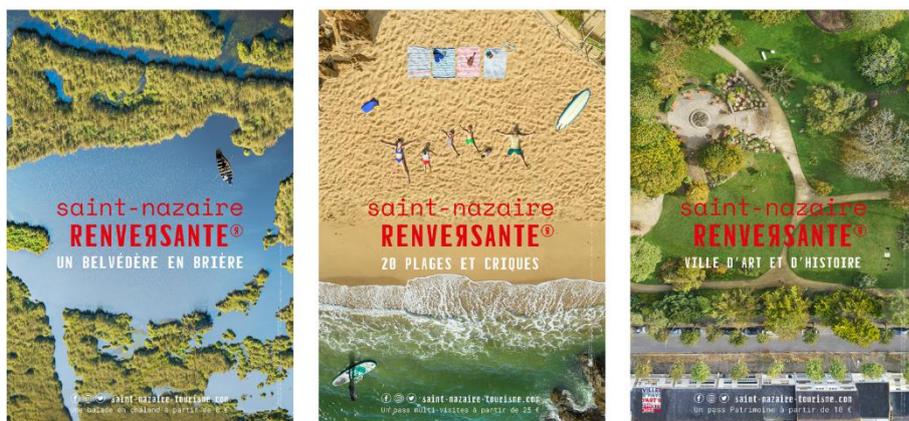


## 4. Les campagnes de communication

En 2022, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a porté, sous la marque Saint-Nazaire Renversante, deux grandes campagnes de communication qui se sont déployées dans le paysage urbain :

### >> Une campagne de promotion de la destination

- **Quoi** : des visuels impactants composant un triptyque valorisant 3 atouts de la destination, la dimension urbaine et patrimoniale (Saint-Nazaire Ville d'Art et d'Histoire), le littoral et la Brière.
- **Quand** : au printemps en avril et en mai
- **Où** : Saint-Nazaire, presqu'île guérandaise, Sud Loire, Nantes, Rennes, Paris Montparnasse
- **Le nombre de faces au total** : 771 faces imprimées (cumul des formats et des réseaux, dont réseaux mis à disposition gracieusement par la ville) et 195 600 logs pour l'affichage urbain en version digitale.
- **Des dispositifs différenciants** : les sas d'entrées et de sorties de l'aéroport de Nantes, la ligne 1 du tram nantais, 3 toiles géantes dans la gare Montparnasse, du mobilier digital dans le centre-ville de Rennes.



### >> Mise en situation :

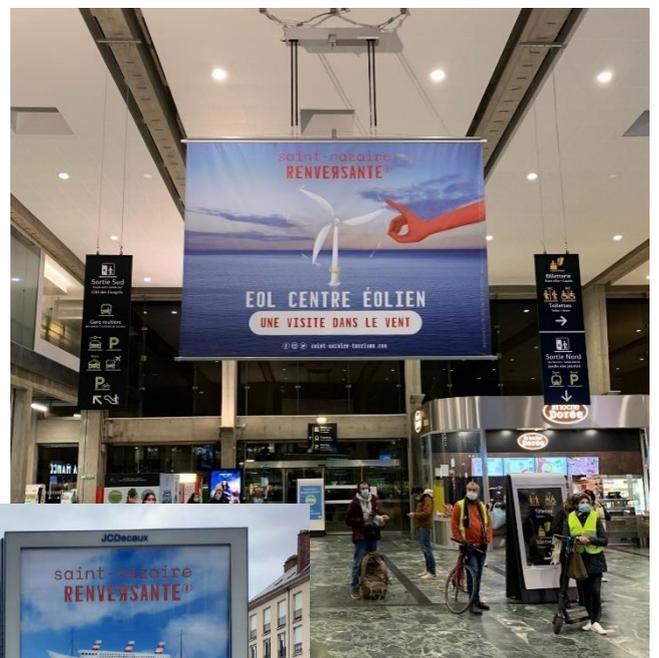
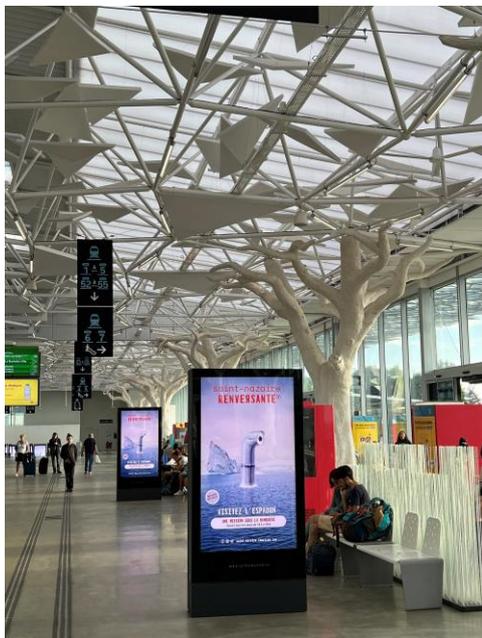


## >> Une campagne de promotion des sites de visite

- **Quoi** : 4 visuels forts pensés tout particulièrement pour séduire les familles en séjour sur le territoire, assurant la promotion de nos 4 sites de visite : Escal'Atlantic, le sous-marin Espadon, l'Ecomusée, EOL Centre éolien. Reprise des visuels de 2021 pour mieux installer visuellement le message en capitalisant sur la répétition deux ans de suite.
- **Quand** : au cœur de l'été, pendant les vacances de Toussaint et pendant les vacances de Noël.
- **Où** : Saint-Nazaire, presqu'île guérandaise, Sud Loire, Nantes, TER Pays de la Loire.
- **Le nombre de faces au total** : 1 015 (cumul des formats et des réseaux, dont réseaux mis à disposition gracieusement par la ville) et 228 000 logs pour l'affichage urbain en version digitale.
- **Des dispositifs différenciants** : hall nord de la gare de Nantes, TER



## >> Mise en situation :



## 5. Exposition photo en plein-air à Saint-André-des-eaux

L' exposition « la Brière Renversante par nature » a été réalisée sur la base du concours de photos lancé sur Instagram en 2021. Ce sont les clichés pris par les 20 finalistes qui ont été exposés sur le site du Port de la Chaussée Neuve.

### Exposition Saint André des Eaux

**Du 25 juin au 19 septembre**

Lieu emblématique du territoire où est présent cette exposition photographique.

Les clichés ont été pris par des photographes talentueux et passionnés de nature. Ils ont été sélectionnés lors d'un concours sur le réseau social Instagram à l'été 2021.

Du pont de Saint-Nazaire au port de Rozé, de l'immensité des canaux au calme des roselières, découvrez la Brière, Renversante par nature.



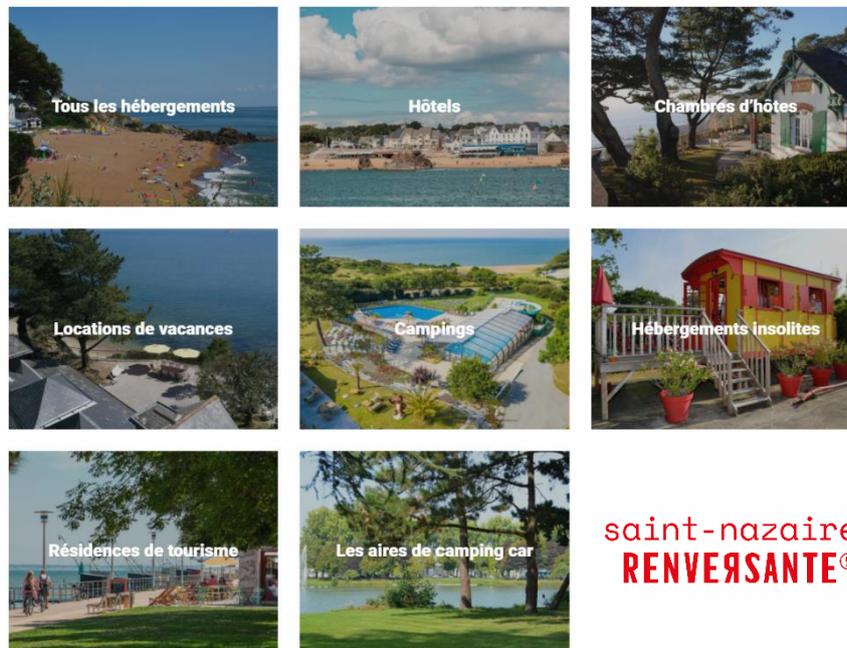
La Brière renversante par nature

- **25 personnes** présentes à la Chaussée Neuve pour l'inauguration

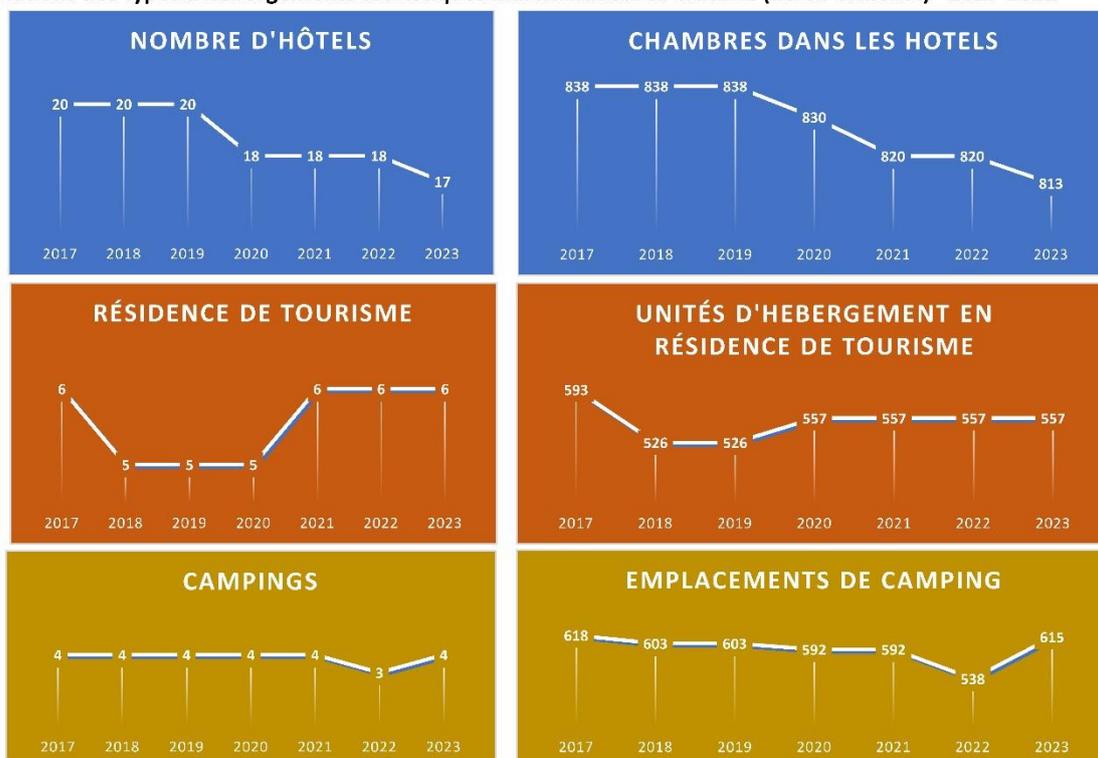
Proposée au public en extérieur à la demande de la commune de Saint-André des Eaux. Elle s'est tenue de juillet à fin septembre.

## 6. Tableau de bord des indicateurs touristiques

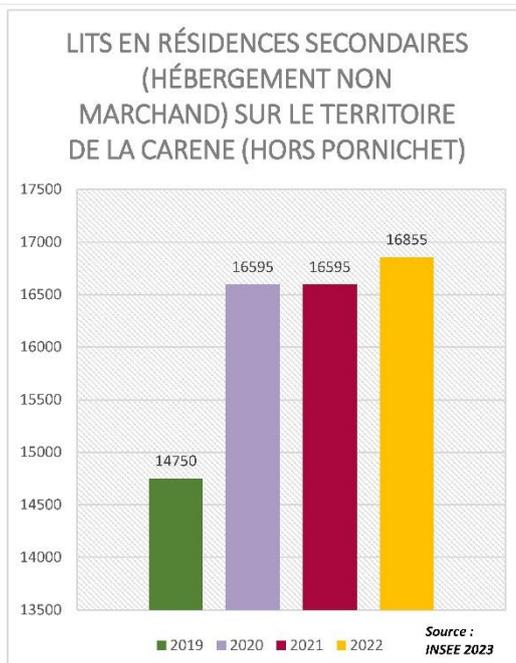
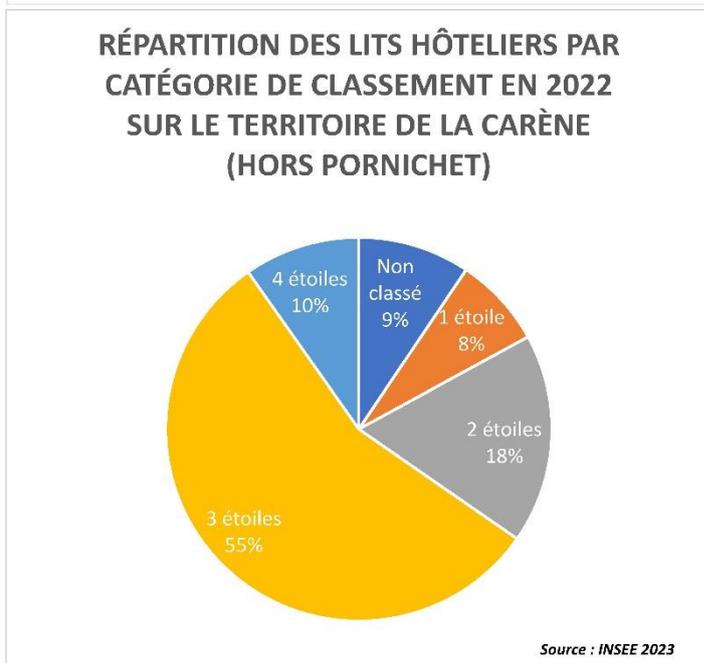
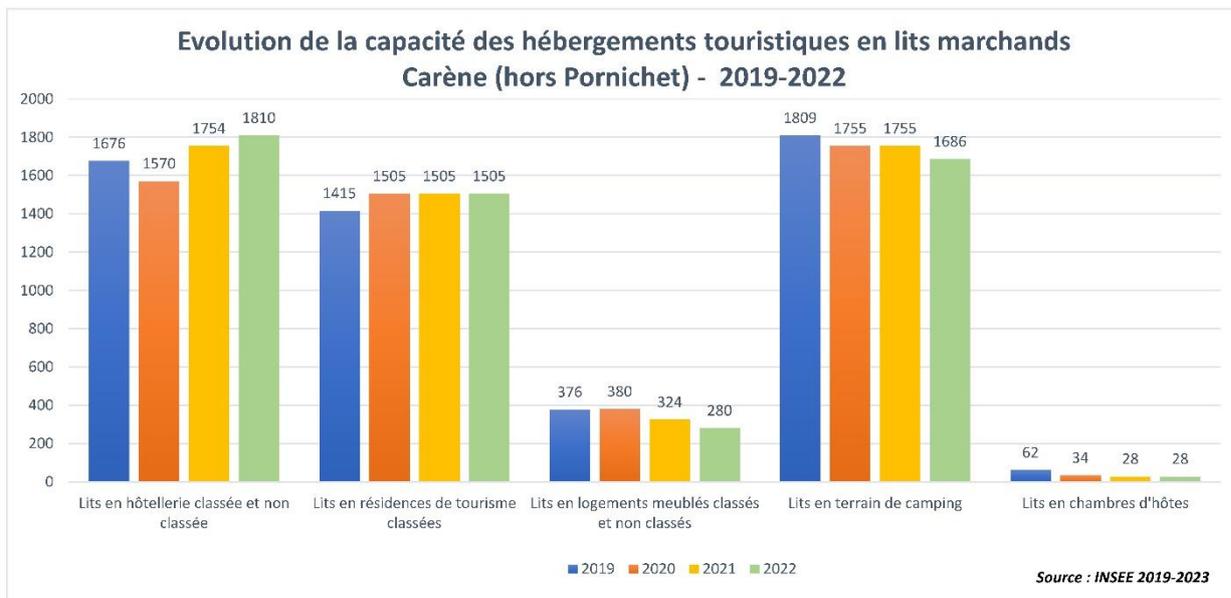
### 6.1 Evolution du parc des hébergements marchands



Evolutions des types d'hébergements touristiques marchands sur la CARENE (hors Pornichet) - 2017-2022



Sources : INSEE, Établissements d'hébergements touristiques - 2017-2023



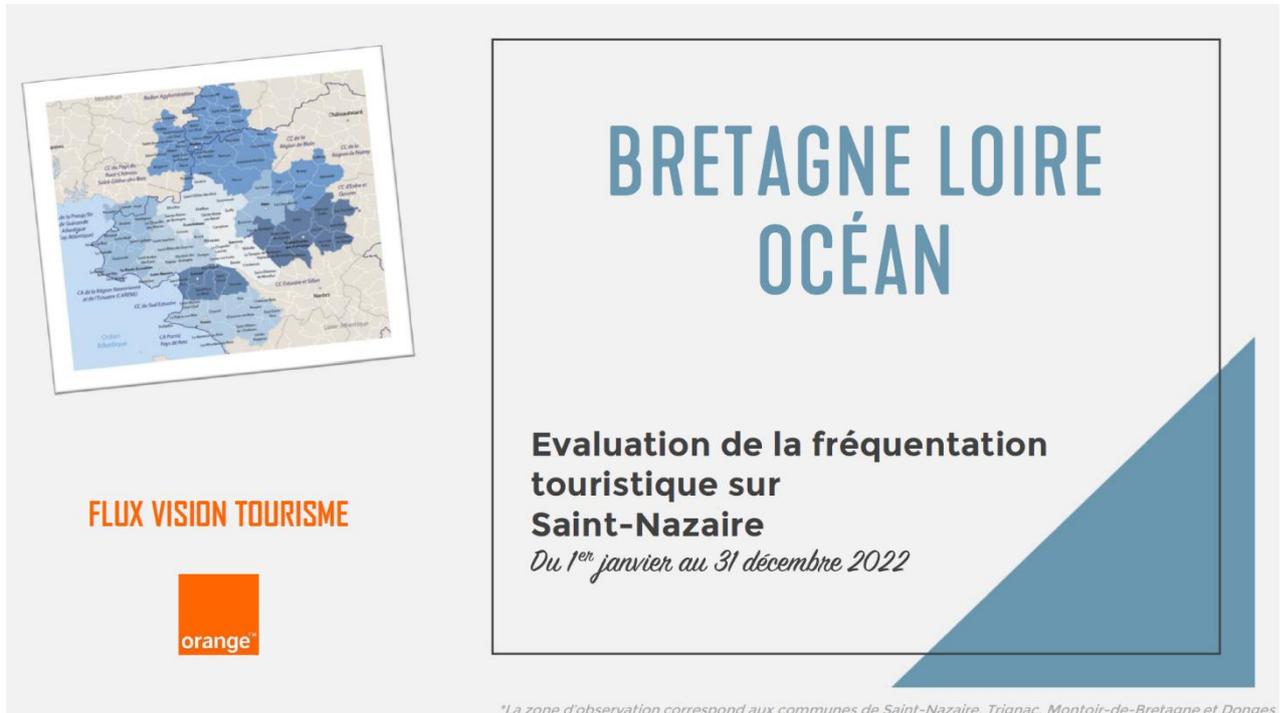
## 6.2 Evolution des nuitées recensées pour le calcul de la taxe de séjour à Saint-Nazaire (tout hébergement marchand) :

	Saint-Nazaire	Saint-André-des-Eaux
<b>2022</b>	<b>491 736 nuitées   537.058 €</b>	<b>22.949 nuitées   10.697 €</b>
2021	333 747 nuitées	
2020	258 503 nuitées	
2019	354 240 nuitées	

Il est à noter qu'à partir de 2019 les plateformes (Airbnb, Booking, Aritel, ...) prélèvent directement la taxe de séjour pour le compte des hébergeurs et reversent les sommes de manière globalisée aux collectivités, sans précision du volume de nuitées.

### 6.3. Observation des flux touristiques via Orange Flux vision

Dans le cadre du contrat de destination Bretagne Loire Océan avec le Conseil régional de Bretagne, un dispositif d'observation des flux touristiques sur le territoire de l'Agglomération de Saint-Nazaire est établi avec la solution Orange Flux Vision Tourisme. L'analyse des données est opérée par l'Office de Tourisme de La Baule - Presqu'île Guérande. Le financement est assuré par la CARENE.



\*La zone d'observation correspond aux communes de Saint-Nazaire, Trignac, Montoir-de-Bretagne et Donges

Etude cofinancée par Loire Atlantique Développement, le Conseil Régional de Bretagne et 8 partenaires de la Destination Bretagne Loire Océan



Traitement et analyse réalisés par :  
Observatoire de l'Office de Tourisme  
La Baule - Presqu'île de Guérande

Contact :  
Marion BAHIN - Chargée d'études Observatoire  
marion.bahin@labaule-guerande.com



Office de Tourisme Intercommunal  
La Baule - Presqu'île de Guérande  
8 Place de la Victoire 44500 LA BAULE  
Tél 02 40 24 34 44

# CHIFFRES CLÉS : LES NUITÉES

## Fréquentation



La notion de nuitées prend ici en compte le tourisme en hébergements marchands (hôtels, campings, locations de vacances...) et non marchands (famille, amis, résidences secondaires...)

## Clientèle



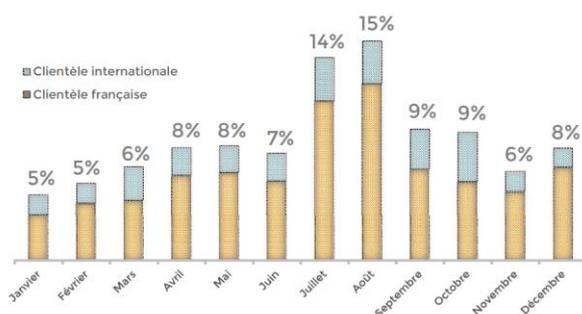
Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire DTI La Baule Presqu'île de Guérande

3

## RÉPARTITION DES NUITÉES

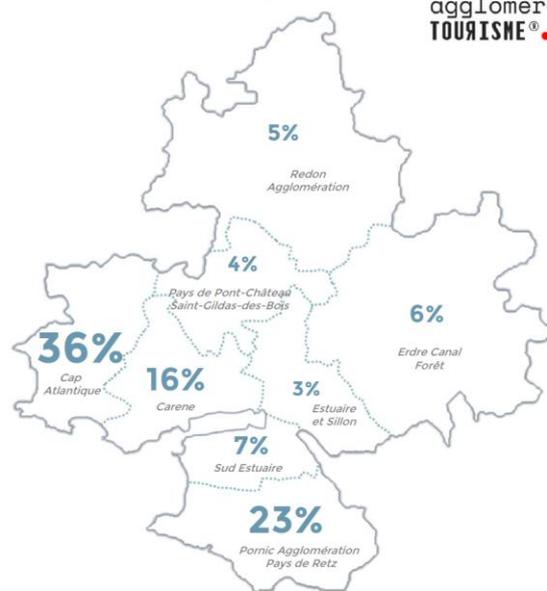
9% des nuitées réalisées sur la Destination Bretagne Loire Océan entre janvier et décembre 2022 ont eu lieu sur Saint-Nazaire.

Les mois de juillet et août concentrent 29% des nuitées totales de Saint-Nazaire.



Part des nuitées sur Saint-Nazaire par mois

## Poids des nuitées en Bretagne Loire Océan

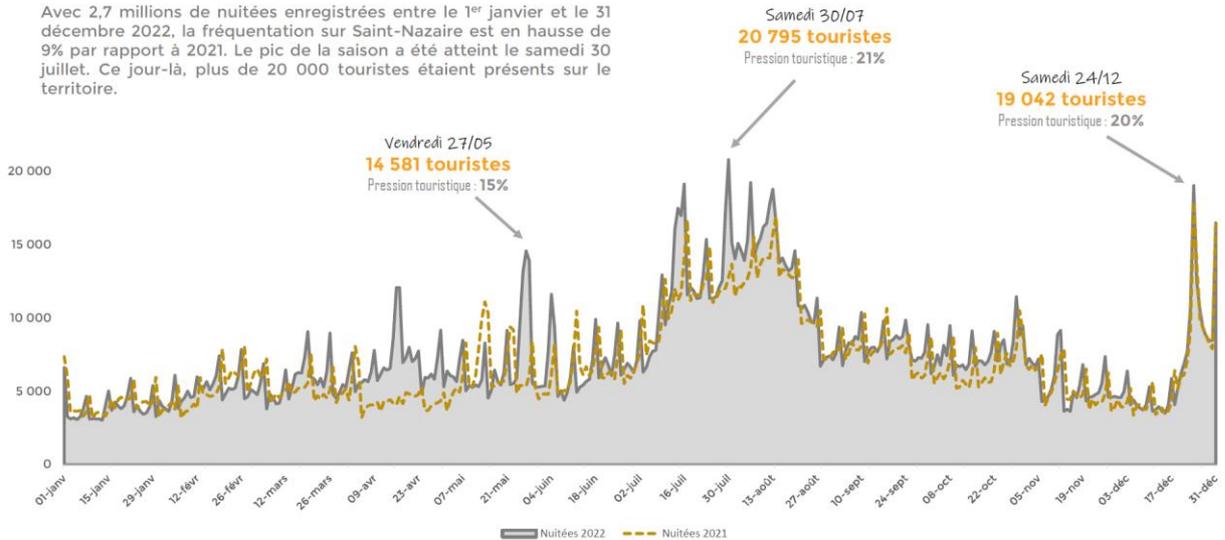


Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire DTI La Baule Presqu'île de Guérande

4

# ÉVOLUTION DES NUITÉES

Avec 2,7 millions de nuitées enregistrées entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2022, la fréquentation sur Saint-Nazaire est en hausse de 9% par rapport à 2021. Le pic de la saison a été atteint le samedi 30 juillet. Ce jour-là, plus de 20 000 touristes étaient présents sur le territoire.

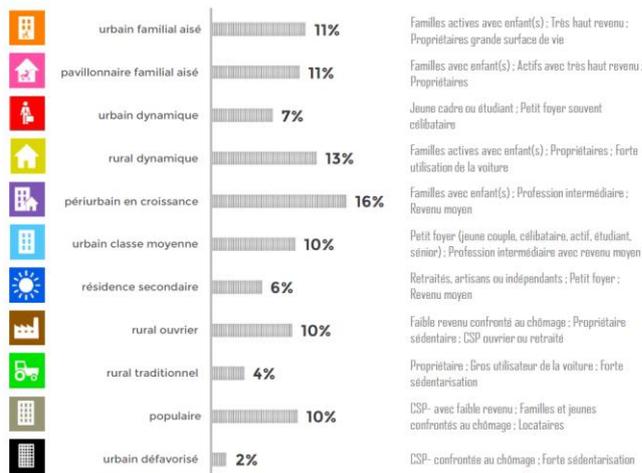


**Pression touristique** : apport de population supplémentaire par rapport à la population habituelle

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire DTI La Baule Presqu'île de Guérande

# PROFIL DES TOURISTES FRANÇAIS

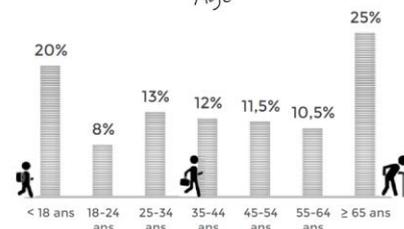
## Segmentation



## Sexe



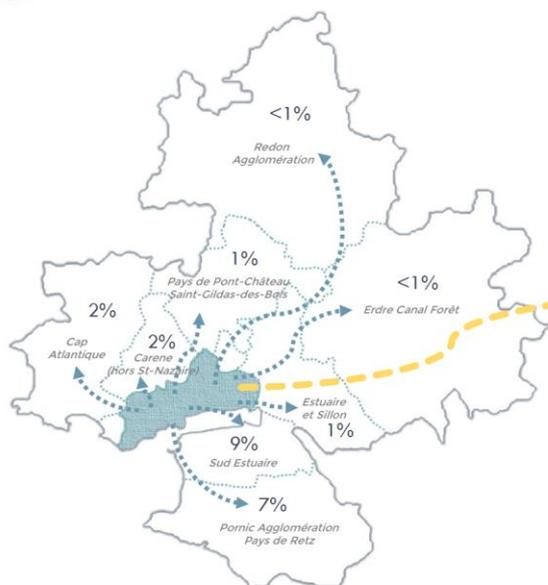
## Age



Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire DTI La Baule Presqu'île de Guérande

## ➔ OÙ VONT LES TOURISTES EN EXCURSIONS ?



**73%** des déplacements des touristes de Saint-Nazaire sont réalisés sur la zone d'hébergement

**5%** → 2% Nantes Métropole  
Hors Bretagne Loire Océan

Les communes les plus visitées

1. SAINT-NAZAIRE	55%
2. TRIGNAC	6%
3. MONTOIR-DE-BRETAGNE	6%

Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OIT La Baule Presqu'île de Guérande

11

## ! CHIFFRES CLÉS : LES EXCURSIONS



Fréquentation



La notion d'excursions concerne les personnes effectuant un déplacement de plus de 2h sur la zone d'observation et ne réalisant pas de nuitée



Clientèle



Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OIT La Baule Presqu'île de Guérande

12

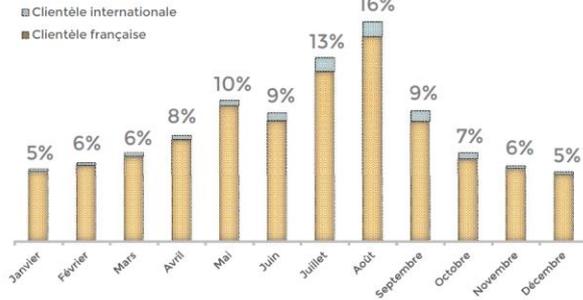
# RÉPARTITION DES EXCURSIONS

Poids des excursions en Bretagne Loire Océan

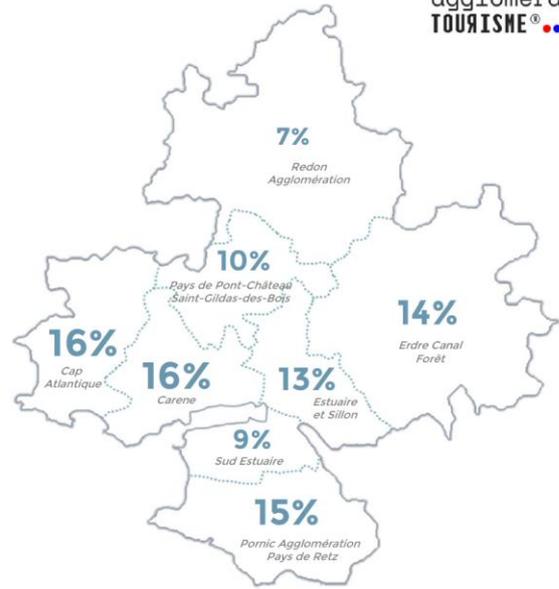
**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME**

10% des excursions réalisées sur la Destination Bretagne Loire Océan entre janvier et décembre 2022 ont eu lieu sur Saint-Nazaire.

Les mois de juillet et août concentrent 29% des excursions totales de Saint-Nazaire.



Part des excursions sur Saint-Nazaire par mois



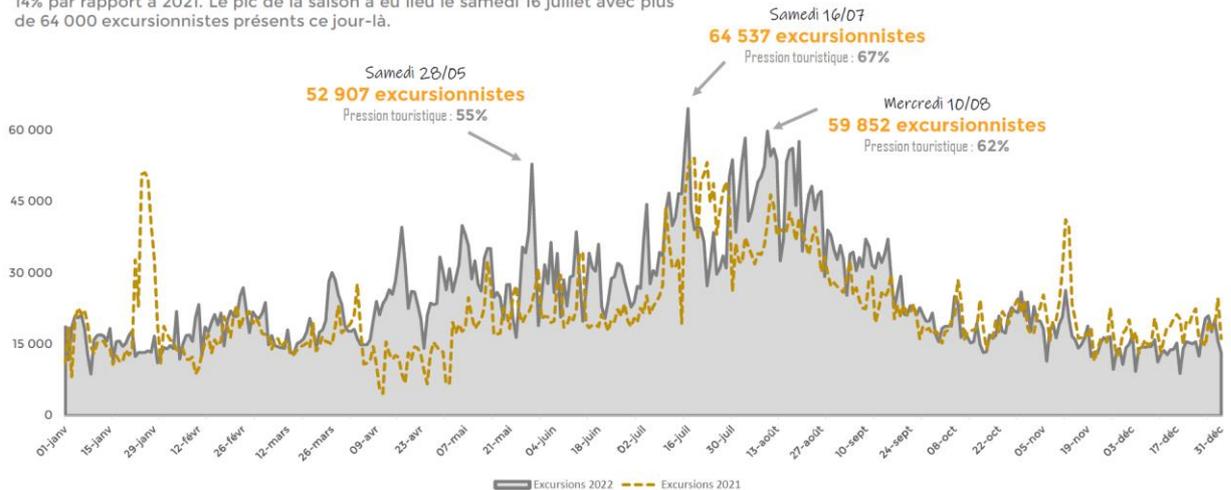
Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

13

# ÉVOLUTION DES EXCURSIONS

**saint-nazaire**  
agglomération  
**TOURISME**

Avec 9,1 millions d'excursions comptabilisées entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2022, la fréquentation en journée sur Saint-Nazaire est en hausse de 14% par rapport à 2021. Le pic de la saison a eu lieu le samedi 16 juillet avec plus de 64 000 excursionnistes présents ce jour-là.

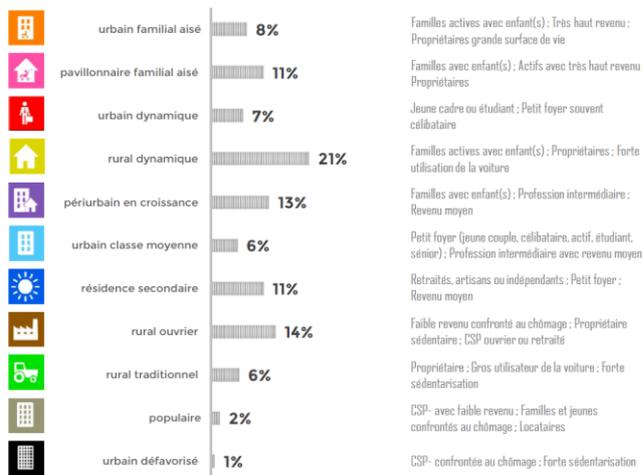


**Pression touristique** : apport de population supplémentaire par rapport à la population habituelle

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

14

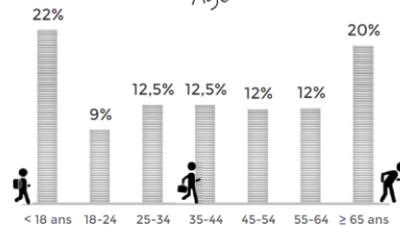
## Segmentation



## Sexe



## Age



Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

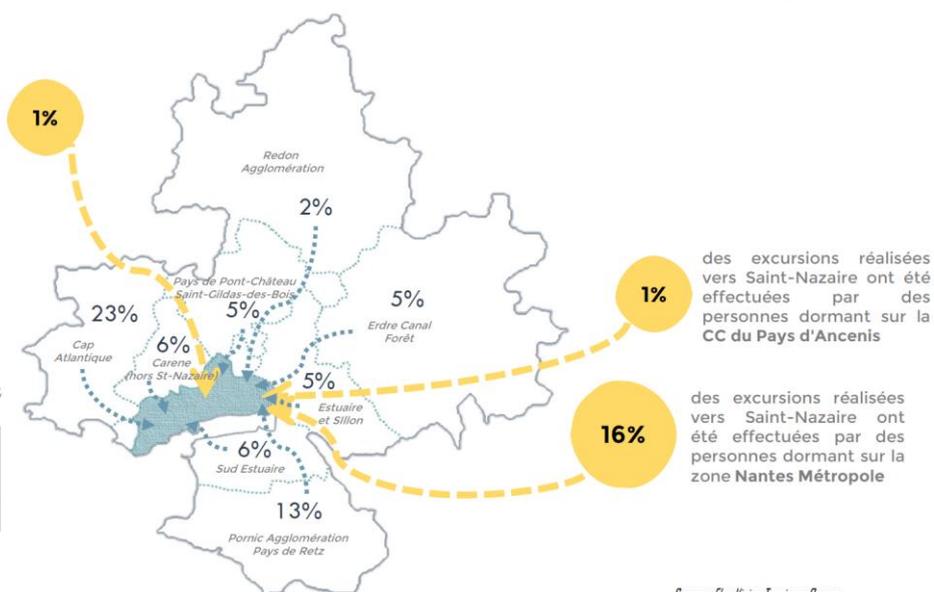
19

## D'OÙ VIENNENT LES EXCURSIONNISTES ?

des excursions réalisées vers Saint-Nazaire ont été effectuées par des personnes dormant sur la CC Arc Sud Bretagne

### Top 3 des communes d'origine

1. NANTES	7%
2. LA BAULE-ESCOUBLAC	6%
3. GUERANDE	5%



Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

Source : Flux Vision Tourisme Orange  
Traitement et analyse : Observatoire OTI La Baule Presqu'île de Guérande

20

# II - Les informations requises par la DSP



## 1. Le projet d'entreprise – suivi des actions mises en œuvre

### Projet d'entreprise de la SPL SNAT 2022 – 2027

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**





## Une ambition

Tout en garantissant la compétitivité du territoire nazairien comme destination touristique et patrimoniale d'excellence et d'innovation, à l'instar de l'écosystème économique-industriel, le projet d'entreprise doit contribuer à apporter aux usagers et aux touristes un cadre d'épanouissement et de ressourcement respectueux des équilibres.



## Une stratégie

La stratégie, c'est-à-dire la tactique qui sera déployée pour atteindre les objectifs fixés sera d'investir les ressources humaines et financières dans la chaîne de services à forte valeur ajoutée différenciante : la responsabilité sociétale de l'entreprise alimentera l'état d'esprit et l'action.

Cette stratégie s'appuiera sur quatre axes :

1



### Adaptation et efficacité

Les missions s'appuient sur une observation et une évaluation constante dont l'analyse permet un ajustement si nécessaire. Le fruit de(s) analyse(s) fait l'objet d'un partage avec l'ensemble des parties prenantes pour une prise de conscience et une convergence opérationnelle.

3



### Des investissements

À vocation durable dans les domaines du patrimoine, des équipements, des services, du marketing, du digital et des ressources humaines.

2



### La citoyenneté

En impliquant les habitants et les touristes dans un cercle vertueux. Il s'agit d'installer un cercle vertueux entre tourisme, culture et loisir dans une démarche citoyenne.

4



### Des synergies à renforcer

Endogènes (internes SNAT et actionnaires) et exogènes (avec les territoires les partenaires, les structures et les réseaux).



## Des objectifs à échéance 2027



### Objectifs quantitatifs annuels

- 75 000 personnes accueillies / an (base 72.000 en 2021)
- 24 000 actes de renseignement / an (base 22.000 en 2021)
- Bureau d'Information Tourisme St André des Eaux
- 3 000 actes de renseignement / an (si nouveau BIT)
- 90 % taux de satisfaction des visiteurs.

### Office de Tourisme



### Objectifs qualitatifs

- Conserver les labels de qualité : Qualité Tourisme, Accueil vélo.
- Maintenir le classement en catégorie 1, ou équivalent selon possible évolution nationale.
- Monter en puissance de l'observatoire des indicateurs.
- Développement des actions impliquant les citoyens.
- Gérer et développer l'appellation Musée de France dans les sites associés aux collections (Escal/Atlantic et sous-marin Espadon).
- Conserver les labels de qualité : Qualité Tourisme, Accueil vélo.
- Garantir les avis favorables de la commission communale de sécurité pour les 4 ERP.
- Faciliter l'accessibilité des personnes empêchées par la formation continue du personnel, le renforcement de la communication et la mise à disposition de supports adaptés.
- Élargissement des langues étrangères sur les supports de médiation dans les sites et les visites.
- Produire des contenus à forte valeur ajoutée.
- Animer et modérer les avis en ligne et les communautés digitales.



### Fréquentation sur l'ensemble des sites et des visites

- 370 000 visiteurs payants & gratuits / an (base 342.000 en 2019)
- Visite patrimoine 15.000 personnes / an
- 90 % taux de satisfaction des visiteurs.



### Numérique et réseaux sociaux

- 500.000 visiteurs uniques / an sur le dispositif [www.saint-nazaire-tourisme.com](http://www.saint-nazaire-tourisme.com)
- Augmenter les communautés digitales : 2 500 sur Twitter, 15 000 sur Instagram et 35 000 sur Facebook.
- 70 % de ventes en ligne (base 60 % en 2021). Seuil à ne pas dépasser pour éviter le risque de dépendance à 80 % d'un unique canal de vente.



# 37 actions

## Ingénierie au service de la destination

- 1 Coordination avec les territoires limitrophes : Pornichet, Bretagne Plein Sud, BLO, Voyage à Nantes
- 2 Ingénierie touristique au service de la destination, des autorités concédantes, des actionnaires
- 3 Observatoire des indicateurs et des clientèles touristiques
- 4 Coordination des démarches qualités
- 5 Déploiement d'une offre de services pour le tourisme itinérant
- 6 Ingénierie financière pour trouver des sources croisées de financement

## Patrimoine : entre transmission, culture et tourisme

- 7 Projet scientifique et culturel du musée
- 8 Action culturelles : Saison patrimoine annuelle
- 9 Action culturelle : Action éducative
- 10 Ville d'Art et d'Histoire et les publics
- 11 Patrimoine et numérique : un axe de développement
- 12 Une politique globale de conservation des collections et fonds patrimoniaux
- 13 Mise en œuvre du plan de conservation préventive du sous-marin Espadon

## Office de Tourisme intercommunal

- 14 Schéma d'accueil et d'informations touristiques
- 15 Des offres de service selon critères Qualité Tourisme
- 16 Accueil des paquebots de croisière
- 17 Comité consultatif des acteurs du Tourisme
- 18 Développer et animer un réseau d'ambassadeurs en faveur d'actions citoyennes (Greeters, événements éco-citoyen, expo temporaire)

## Offres de services transversaux

- 19 Développement du tourisme d'agrément et du tourisme d'affaires par une agence de voyage territoriale
- 20 Une offre enrichie de visites patrimoniales, industrielles...
- 21 Une politique de publication grand public

## Investissements par mandats spécifiques

- 22 Aménager la Terrasse panoramique de l'Écluse Fortifiée
- 23 Une exposition de site et d'histoire en plein air
- 24 Des collections sauvegardées : du chantier des collections au centre de conservation muséale mutualisé
- 25 Chantier exemplaire de restauration et de scénographie des phares de la Tour du Commerce et de Kerlévé
- 26 Esca'Atlantic, une expérience de visite unique à renouveler
- 27 Un musée de société et de territoire et un CIAP, pour donner à apprécier le territoire et la société
- 28 Suite d'EOL
- 29 Création et exploitation d'un Tiny Office

## Marketing / Digital / Communication

- 30 Stratégie marketing nationale et internationale
- 31 Communication : déploiement de la marque Saint-Nazaire Renversante
- 32 Stratégie de relation de presse et relation publique
- 33 Stratégie digitale au service des publics avant, pendant et après la visite

## Fonctions supports/Ressources humaines /Finances

- 34 Les ressources humaines clef de voûte du fonctionnement
- 35 Plan de développement des compétences pluriannuel
- 36 Administration digitale
- 37 Structurer la politique de responsabilité sociale de l'entreprise

## 2. Les données d'exploitation sur le visitorat des équipements (nombre d'entrées par activité, par tarif, par origine, par période de l'année...) et au nombre de visiteurs recensés sur le territoire

Après 2 années marquées par le contexte sanitaire lié au Covid-19, l'année 2022 fût la première saison complète depuis 2019. Le calendrier d'ouverture des sites, validé par le Conseil Communautaire, prévoyait 277 jours d'ouverture au public en 2022 contre 152 jours d'ouverture au public en 2021. Après un peu plus de 6 mois de fermeture à la suite du 2<sup>ème</sup> confinement lié à la pandémie, les visites d'Escal'Atlantic, de l'Ecomusée de Saint Nazaire, des Chantiers de l'Atlantique et de la Base sous-marine ont été planifiées chaque week-end du mois de juin, puis le calendrier initial a été partiellement respecté à compter du 1<sup>er</sup> juillet. Partiellement, car les horaires de la saison estivale ont été modifiés et réévalués dans le cadre d'une phase test liée à des modifications de comportement et d'achat de nos visiteurs. Ainsi, durant la saison estivale, les sites de visite étaient ouverts au public de 10h à 20h du samedi au mardi, et de 10h à 21h du mercredi au vendredi.

Au cours des 277 jours d'ouverture au public, 315 553 visiteurs ont été accueillis pour découvrir ou redécouvrir l'offre touristique et patrimoniale de Saint Nazaire Renversante, soit 58 % de visiteurs supplémentaires par rapport à l'année 2021. Le public accueilli a été majoritairement et largement composé de visiteurs dits « individuels » puisque la fréquentation des groupes n'a représenté qu'à peine 15 % de la fréquentation totale. Ce segment de clientèle est toutefois en hausse car il représentait 9% de la fréquentation globale en 2021.

Les protocoles d'exploitation qui avaient été définis dans le cadre du Plan de Reprise d'Activité de mai 2020 ont été poursuivis, ajustés et mis à jour au gré des différentes mesures gouvernementales. Les différentes mesures sanitaires « habituelles » (gel hydroalcoolique, port du masque, distanciation physique...) ont donc été appliquées et parfaitement bien respectées par notre public, au même titre que la mise en application du pass sanitaire pour l'ensemble de notre offre à partir du mercredi 21 juillet. Le principe d'exploitation permettant la visite des sites Escal'Atlantic, sous-marin Espadon, EOL centre éolien et Ecomusée de Saint-Nazaire sur créneaux de réservation avec jauges a également été poursuivi et ajusté afin d'augmenter notre capacité d'accueil par rapport à sa mise en place initiale en 2020. Le succès de ce modèle en termes d'exploitation, de gestion de flux, de capacité d'accueil, de satisfaction du public et d'expérience de visite est ainsi plus en adéquation avec nos objectifs qualitatifs et quantitatifs. Conservé, ce modèle d'exploitation sera encore amélioré en 2022 pour permettre un meilleur équilibre économique voire un dépassement des objectifs (hausse des jauges).

**Deux thématiques indissociables de l'exploitation des sites de visite doivent être mentionnées : la qualité et la sécurité.**

### . La qualité

- > Toutes les visites Saint-Nazaire Renversante disposent du label Qualité Tourisme.

### . La sécurité

- > Escal'Atlantic, ERP\* de types Y, L, M et N, et de 2<sup>ème</sup> catégorie,
- > L'Ecomusée, ERP\* de types Y, S et L, et de 4<sup>ème</sup> catégorie,
- > L'écluse fortifiée, ERP\* de types Y et M, et de 5<sup>ème</sup> catégorie,

⇒ Tous ces ERP\* ont un avis favorable d'exploitation par la Commission Communale de Sécurité.

\* ERP : Etablissement Recevant du Public



### Nouveauté 2022 marquante pour le Pôle Exploitation et Gestion de sites :

Après le déploiement d'un dispositif de visite en 8 langues étrangères pour le sous-marin Espadon, la visite des Chantiers de l'Atlantique a fait l'objet d'un travail d'adaptation du parcours dans les mêmes huit langues : anglais, allemand, néerlandais, espagnol, italien, portugais, russe et polonais. Il s'agit ainsi d'offrir pour chaque visite un option en langue étrangères tant pour les touristes que les résidents temporaires comme les travailleurs détachés et leurs proches.

Ce dispositif a été financé grâce au soutien des Chantiers de l'Atlantique.



**CHANTIERS  
DE L'ATLANTIQUE**

### Focus sur le tourisme d'affaires en 2022

#### 1) Bilan commercial

##### ▪ Chiffres-clés

	2018	2019	2022
NB EVENEMENTS REALISES	55	54	<b>70</b>
CHIFFRE D'AFFAIRES	213 978.70€	262 012.71€	<b>284 143.44</b>
MARGE	112 227.7€	122 869,25 €	<b>120 677.89</b>
% MARGE/CA	52.45%	46.89%	<b>42.47%</b>
NB DOSSIERS NON ABOUTIS*	75	78	<b>57</b>
CA DEVIS NON ABOUTIS*	502 353.89€	564 133,52€	<b>265 649.05€</b>
NB TOTAL DE DEVIS ETABLIS	122	111	<b>129</b>

En 2022, **129 devis ont été établis pour 70 projets qui ont abouti**. Soit un taux de transformation de 54.26%, ce qui marque une hausse des confirmations des projets de 5.61% par rapport à 2019 dont le taux de transformation était de 48.65% (année de référence avant COVID). Cela peut notamment s'expliquer par la baisse des tarifs de location d'espaces des sites SNAT opérés en 2021. En conséquence, le nombre de dossiers non aboutis diminue.

Dossier non abouti\* : est qualifié de non-abouti, tout projet abandonné, perdu, laissé sans suite par le client.

##### ▪ Typologie des événements

Environ 5328 personnes ont été accueillies, lors des événements gérés par le service Affaires, en 2022. Les événements organisés réunissent environ 70 personnes en moyenne, soit de petits événements : entre 30 et 50 personnes pour les séminaires et entre 80 à 120 personnes pour les soirées.

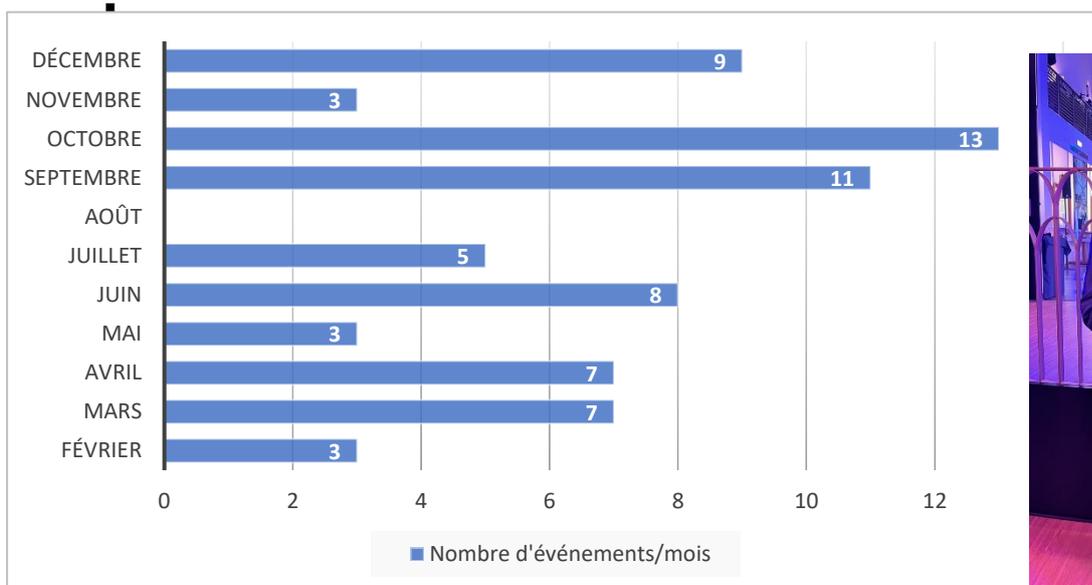
La durée moyenne d'un événement reste d'1 jour.

TYPOLOGIE D'ÉVÉNEMENTS 2022 (TOP 3)	NB D'ÉVÉNEMENTS
SEMINAIRES (1/2 journée, journée, résidentiel, réunion)	29
SOIREES	21
DEJEUNERS	12
AUTRES : Afterwork (2) ; job dating (2) ; visites sèches (2), Congrès (1); Hackathon (1)	

Le classement est le même que pour les années de référence précédentes (2018-2019) : les demandes de séminaires restent majoritaires. Nos tarifs sont assez attractifs et très accessibles, dans un lieu insolite et agréable, à la lumière du jour. Concernant les soirées, la majorité des événements ont lieu à Escal'Atlantic. Seulement 2 soirées ont eu lieu à l'Ecluse Fortifiée et 1 à l'Alvéole 12 (329 personnes avec une visite d'Escal'Atlantic au préalable).

VISITES SNAT GERÉES PAR LE SERVICE AFFAIRES	2018	2019	2022
NB DE VISITEURS VISITES INDUSTRIELLES (CH ET AB)	1022 (838 CH et 184 AB)	417 (289 CH et 128 AB)	658 (522 CH et 136 AB)
NB DE VISITEURS EA	1247 (879 en soirée)	1589 (1213 en soirée)	1366 (1122 en soirée)
NB DE VISITEURS SOUS MARIN	-	28	246
NB DE VISITEURS EOL	-	121	213

#### ■ Périodicité des événements



▪ **Détails des projets non-aboutis**

MOTIFS DE NON CONCRETISATION DES DEMANDES	DEMANDES SANS SUITE 2022
CHOIX PORTÉ SUR UN AUTRE SITE PRIVATISABLE/RESTAURANT A NANTES OU SUR LA PRESQU'ILE (Nantes- La Baule – Pornichet – St Brévin – La Baule - etc.)	15.15%
CHANGEMENT DE DESTINATION (Région/Département)	13.64%
ANNULATION SANS MOTIFS	10.61%
RENOI VERS ADV (demande de visites sèches)	9.09%
HORS BUDGET	9 %
RENSEIGNEMENTS	7.58%
CONFIGURATION DES SITES SNAT N'EST PAS ADEQUATE A LA DEMANDE	6.06%
SITES SNAT NON DISPONIBLES A DATE (Motifs internes ou événements grand public)	6.06%
AGENCE EVENEMENTIELLE (intermédiaire) A PERDU L'APPEL D'OFFRES	6.06%
CONFIGURATION DES SITES PRIVATISABLES SUR ST NAZAIRE N'EST PAS ADEQUATE A LA DEMANDE/ SITE NON DISPONIBLE A DATE (Cinéville – Alvéole 12)	6.06%
SITES SNAT OU CRENAUX DE VISITES NON DISPONIBLES A DATE (Réservés par un autre client)	4.55%
ANNULATION COVID-19	3.03%
REPOSE HORS DELAIS (Demandée par des agences pour répondre à des appels d'offres)	1.52%
HEBERGEMENT	1.52%
CHANGEMENT DE PROJET/ REPORT	-

En fonction de la demande du client, le dossier est redirigé, en premier lieu, vers les partenaires de la presqu'île (Pornichet, La Baule), puis vers Nantes et notamment le Bureau des Congrès Nantes Saint-Nazaire afin de conserver la demande sur le territoire.

Concurrence assez rude sur le territoire : de nombreux événements dont les soirées partent à l'Alvéole 12 (tarif attractif et capacité importante) ; de nouveaux lieux émergent comme le Restaurant le Bahia Tikka (Pornichet), le Spie Numérique (Saint-Nazaire). Attractivité de des autres destinations comme Rennes (Couvent des Jacobins récemment rénové), Angers. Le budget, qui était un des motifs principaux d'annulation en 2019, n'est plus qu'en 5<sup>ème</sup> position. Ceci est notamment dû à la baisse des tarifs de locations des espaces SNAT.

Enfin, le critère sanitaire, qui représentait 42% de l'annulation des projets en 2020, n'est quasiment plus invoqué en 2022.

▪ **Audience des événements**

Répartition géographique clientèle – dossiers confirmés	44	75/92 (Paris)	56/35 (Bretagne)	49	Autres (68 ; 30)
Nb de contacts (dont 37 à Saint-Nazaire)	57	7	3	1	2
Nb de contacts en %	81.43%	10%	4.29%	1.43%	2.86%

La grande majorité des événements ont une audience locale à 81.43%, voire ultra-locale car 64.91% de cette audience émane de clients basés à Saint-Nazaire.

En seconde position, on retrouve des demandes parisiennes. Le choix de notre destination par cette clientèle est multiple :

- Les clients sont en séminaire résidentiel à La Baule, et profite de cette proximité pour venir faire une soirée à Escal'Atlantic ou des visites.
- L'actualité du bassin nazairien et l'attractivité du savoir-faire industriel.

Ces deux cibles restent clairement nos cibles prioritaires depuis ces dernières années.

#### ▪ Typologie de la clientèle

Typologie clientèle – dossiers confirmés	Entreprise	Institution et Collectivité publique	Association	Ecole	Agence	Fédération
Nb de contacts	31	23	5	5	3	3
Nb de contacts en %	44.29%	32.86%	7.14%	7.14%	4.29%	4.29%

Concernant la typologie de notre clientèle, la tendance s'est un peu inversée par rapport à 2021. En effet, dans le contexte sanitaire connu, les demandes des institutions et des collectivités publiques étaient prédominantes, répondant ainsi à la nécessité de se retrouver dans des salles de réunion avec une capacité plus grande dans les mesures sanitaires imposées (distanciation physique). Les entreprises, quant à elles, privilégiaient le télétravail et s'abstenaient au maximum de réunir leurs salariés.

En 2022, on revient à une tendance plus classique et donc à une reprise forte des demandes des entreprises. On constate une baisse significative des dossiers menés par les agences, les entreprises passant plus facilement en direct avec les sites privatisables.

Pour les événements confirmés à SNAT par des agences, il s'agit pour la plupart de demandes de soirées lors de séminaires résidentiels chez L. BARRIERE.

### Bilan du tourisme d'affaires sur 2022

Une réelle et belle année de reprise post COVID, complète. Les demandes sont majoritairement entrantes, le temps de prospection étant difficile à trouver parmi les différentes missions à mener.

Un chiffre d'affaires supérieur à 2019, mais une marge plus faible, conséquence notamment de la baisse des tarifs de location des espaces SNAT.

Le bilan sur cette baisse de tarifs est donc mitigé :

- Côté positif : un taux de transformation plus important.
- Côté négatif : une multiplicité de petits événements ce qui a entraîné des périodes très denses en termes de préparation, ne laissant que peu de places à des actions commerciales. Mais également des périodes éprouvantes physiquement et moralement avec 3-4 événements par semaine à certains moments, et un personnel dédié aux événementiels qui est passé de 4 à 2 personnes.

## 2) Actions de mise en marché de l'offre

- Documents promotionnels : brochure sur le tourisme d'affaires adressé par aux clients et prospects Affaires mi-juillet.
- Fiches de présentation des autres sites privatisables Affaires sur Saint-Nazaire et son Agglomération : en cours de bouclage (janvier 2023)
- Intégration du contenu des fiches sur le site web de Saint-Nazaire
- Définition d'une stratégie digitale à mener pour le service Affaires

### 3) Actions avec le Bureau des congrès Nantes – Saint-Nazaire

- Participation aux réunions mensuelles de la gouvernances techniques du Bureau des Congrès. Participation de Pierre aux gouvernances stratégiques.  
Objectifs : représentation de Saint-Nazaire au Bureau des Congrès (présence de Pornichet également) ; échanges sur les actions (commerciales, de prospection, de formation) mises en place par le Bureau des Congrès.
- Participation à un cycle de formations RSE :
  - Les bases d'une démarche RSE (2 jours) ;
  - Achats responsables (2 jours)
- Participation aux petits-déjeuners affaires des sites privatisables.  
Objectifs : connaître l'offre qui existe sur la destination Nantes Saint-Nazaire ; échanger sur les outils, les problématiques que chaque site privatisable peut rencontrer ; s'inspirer de chacun ; entretenir un réseau pour se renvoyer des demandes clients.
- Accueil journaliste (article dans Challenges 24/10/2022) et réponses aux demandes d'interview (MeeT and TRaVeL MaG n°69 septembre-octobre 2022; article pour le réseau des adhérents) envoyés par le bureau des Congrès.
- Participation aux soirées des adhérents du Bureau des Congrès.  
Objectif : rencontrer les prestataires MICE du territoire, trouver de nouveaux prestataires pour nos clients, discuter des problématiques rencontrées dans notre activité, fédérer et entretenir le réseau.

### 4) Actions avec Pornichet la destination et le Palais des congrès Atlantia La Baule

- Rencontres, échanges et repérage des sites pour avoir une bonne connaissance de l'offre de chacun.
- Préparation d'un stand commun LA BAULE – PORNICHET – SAINT -NAZAIRE au Salon SO EVENEMENT du 12 au 13/05/2022.  
Présence des structures suivantes : Pornichet la Destination, Le Centre des Congrès Atlantia, AMT organisations, Saint-Nazaire Renversante, Le Château des Tourelles, Mercure Hôtel Le Majestic, L. BARRIERE, Agence Inventive.  
Bilan général : une première édition donc des marges d'optimisation notamment sur la qualification des prospects qui a été un réel problème.  
Présence toutefois nécessaire pour être identifié sur le marché du MICE sur le territoire Nantes Saint-Nazaire.
- Préparation et réalisation du post tour (éductour) dans le cadre du Salon SO EVENEMENT, du 14 au 15/05/2022, sur l'ensemble des structures partenaires présentes sur le stand.  
6 prospects présents à ce post tour (agences et entreprises confondues).
- Réflexion sur la rédaction et la mise en place d'une charte d'accueil commune entre les 3 entités pour formaliser les engagements et en faire un argument de réassurance auprès des prospects et des clients. Cette charte d'accueil doit présenter 3 éléments majeurs : les valeurs, les engagements, le process commercial partagé.
- Réflexion sur la création d'offres marketées. C'est-à-dire des offres par thématiques qui servent à développer un argumentaire commercial séduisant et attractif sous la forme d'une narration « storytelling ». Un des arguments à développer est la transition énergétique, les EMR, thèmes sur lesquels l'industrie du territoire est fortement positionnée.

### 5) Actions avec Solution & Co

- Participation aux réunions de préparation des éductours du Salon SO EVENEMENT.
- Suivi des échanges sur la stratégie digitale à mener notamment sur LinkedIn
- Echanges avec les acteurs sollicités sur des problématiques actuelles
- Réponses à des enquêtes trimestrielles dans le but de réaliser un baromètre de l'activité MICE sur les Pays de la Loire.

## La fréquentation des sites et des visites 2022

La fréquentation totale de 2022 atteint 315 553 visiteurs, soit 95 % des objectifs initiaux 2022 inscrits dans le Projet d'entreprise.

FREQUENTATION PAYANTE 2022																																							
	JANVIER			FEVRIER			MARS			AVRIL			MAI			JUIN			JUILLET			AOÛT			SEPTEMBRE			OCTOBRE			NOVEMBRE			DÉCEMBRE			TOTAL		
	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021	Obj. 2022	Réal. 2022	Réal. 2021			
Escal'Atlantic	500	-	-	3 950	4 232	-	5 400	2 554	-	8 700	7 061	-	6 700	5 841	-	7 200	6 207	1 579	12 500	11 968	12 420	20 000	22 721	18 626	5 600	6 125	4 973	7 600	5 628	4 796	3 100	3 310	3 584	2 400	3 332	2 424	83 650	78 979	48 402
Espadon	600	-	-	5 300	6 825	-	6 100	3 923	-	11 500	9 926	-	7 600	7 658	-	7 800	7 018	-	17 000	19 756	18 446	24 700	29 175	26 445	6 100	7 509	5 055	8 800	8 214	7 034	3 000	5 078	5 313	3 200	4 401	3 231	101 700	109 483	65 524
Ecomusée	100	-	-	850	859	-	900	564	-	2 450	1 269	-	1 250	1 326	-	1 300	998	268	3 050	2 797	2 571	5 550	6 320	4 420	1 200	1 097	736	1 450	1 094	726	500	647	635	350	581	498	18 950	17 552	9 854
Centre éolien Eol	100	-	-	1 100	1 331	-	1 400	885	-	3 300	1 943	-	1 700	1 779	-	2 200	1 641	-	4 250	3 992	2 992	7 100	7 126	5 427	1 400	1 527	1 195	2 300	1 871	1 283	700	1 165	1 003	450	773	552	26 000	24 033	12 452
Chantiers navals	100	-	-	1 900	1 716	-	3 700	2 110	-	5 200	4 252	-	6 200	4 775	-	4 900	4 183	685	7 400	6 168	6 174	7 100	8 909	8 996	4 500	4 640	4 991	4 900	4 450	3 583	1 400	2 191	2 386	1 000	1 258	1 120	48 300	44 652	27 935
Airbus	100	-	-	900	-	-	2 000	363	-	2 200	946	-	2 400	1 005	-	1 800	790	-	3 000	942	1 291	2 700	1 311	2 062	2 100	709	889	2 300	780	1 157	950	368	655	550	338	626	21 000	7 552	6 680
Grand Port	-	-	-	115	186	-	185	334	-	185	392	-	135	542	-	135	113	90	150	300	257	150	356	339	85	269	325	170	220	222	85	104	131	85	-	139	1 480	2 816	1 503
Croisières	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 150	1 277	1 539	2 250	3 633	2 624	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4 400	4 910	4 163	
Base sous-marine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	61	-	50	175	-	50	63	127	200	410	189	250	692	174	100	55	50	100	98	64	100	-	64	100	-	-	1 000	1 554	668
Tumulus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600	362	540	900	805	993	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 500	1 167	1 533	
Visites patrimoine	-	-	-	-	-	-	50	23	-	150	180	-	50	110	-	50	109	-	150	141	147	150	316	276	50	42	50	138	22	50	131	31	50	77	80	800	1 225	598	
Visites OT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	20	-	-	20	-	-	5	150	-	35	150	-	71	20	3	20	-	-	-	-	-	-	-	400	-	114	
Visites pédas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	30	-	-	80	53		
<b>TOTAL</b>	1 500	-	-	14 115	15 149	-	19 735	10 756	-	33 755	26 030	-	26 105	23 211	-	25 455	21 156	2 777	50 600	48 113	46 601	71 000	81 364	70 453	21 155	21 931	18 259	27 690	22 493	18 887	9 885	13 017	13 802	8 185	10 783	8 700	309 180	294 003	179 312
ECART OBJ/REAL 2022	-	-	1 500	-	1 034	-	8 979	-	7 725	-	2 894	-	4 299	-	2 487	-	-	-	-	10 364	-	2 487	-	10 364	-	776	-	5 197	-	3 132	-	2 598	-	-	-	-	-	15 177	
ECART REAL 2022/REAL 2021	-	-	-	15 149	-	10 756	-	26 030	-	23 211	-	18 379	-	1 512	-	-	-	-	-	10 911	-	3 672	-	3 606	-	785	-	2 083	-	-	-	-	-	-	-	-	-	114 691	

FREQUENTATION GRATUITE 2022														
	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE	TOTAL GRATUIT	TOTAL GRATUIT + PAYANT
Escal'Atlantic		288	324	357	386	375	713	1511	311	450	649	461	5 825	84 804
Espadon		393	381	451	399	361	893	1565	268	501	353	255	5 820	115 303
Ecomusée		217	191	241	353	232	237	431	1246	227	189	89	3 653	21 205
Centre éolien Eol		89	144	87	111	104	316	426	67	109	88	51	1 592	25 625
Chantiers navals		45	275	113	275	194	111	136	130	161	59	30	1 522	46 174
Airbus			28	46	66	71	10	11	22	28	10	6	298	7 850
Grand Port		31	169	24	42	8	11	3	13	59	4		364	3 180
Croisières							90	226					316	5 226
Base sous-marine				4	9	3	8	17	1	8			50	1 604
Tumulus							17	46					63	1 230
Visites patrimoine			114	325	468	397	33	101	478	44	59	28	2 047	3 272
Visites pédas													-	80
Autres visites													-	-
<b>TOTAL</b>	0	1063	1626	1648	2102	1745	2439	4473	2536	1587	1411	920	21 550	315 553

<b>TOTAL GENERAL (payant + gratuit)</b>	-	16 212	12 382	27 678	25 313	22 901	50 552	85 837	24 467	24 080	14 428	11 703	<b>315 553</b>	
---	---	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	----------------	--

## COMPARATIF DE FREQUENTATION PAYANTE - Du 1er juillet au 31 août

	2022			2021			2019		
	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL
<i>Escal' Atlantic</i>	34 689	2 224	<b>36 913</b>	31 046	1 715	<b>32 761</b>	31 760	2 348	<b>34 108</b>
<i>Sous-marin Espadon</i>	48 931	2 458	<b>51 389</b>	44 891	4 210	<b>49 101</b>	40 828	2 281	<b>43 109</b>
<i>Eol centre éolien</i>	11 118	742	<b>11 860</b>	8 419	1 420	<b>9 839</b>	13 102	986	<b>14 088</b>
<i>Ecomusée de Saint-Nazaire</i>	9 117	668	<b>9 785</b>	6 991	550	<b>7 541</b>	10 578	664	<b>11 242</b>
<i>Chantiers de l'Atlantique</i>	15 077	247	<b>15 324</b>	15 170	204	<b>15 374</b>	15 720	352	<b>16 072</b>
<i>Airbus Saint-Nazaire</i>	2 253	21	<b>2 274</b>	3 353	30	<b>3 383</b>	6 641	106	<b>6 747</b>
<i>Grand Port Maritime</i>	656	14	<b>670</b>	596	13	<b>609</b>	74	1	<b>75</b>
<i>Croisières</i>	4 910	316	<b>5 226</b>	4 163	211	<b>4 374</b>	4 655	282	<b>4 937</b>
<i>Base sous-marine</i>	1 102	25	<b>1 127</b>	363	10	<b>373</b>	366	18	<b>384</b>
<i>Visites patrimoine</i>	457	134	<b>591</b>	423	97	<b>520</b>	140	702	<b>842</b>
<i>Tumulus</i>	1 167	63	<b>1 230</b>	1 533	77	<b>1 610</b>	1 722	78	<b>1 800</b>
<i>Visites nature/OT</i>	-		-	106	19	<b>125</b>	168	37	<b>205</b>
<b>TOTAL</b>	<b>129477</b>	<b>6 912</b>		<b>117054</b>	<b>8 556</b>		<b>125754</b>	<b>7 855</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>136 389</b>			<b>125 610</b>			<b>133 609</b>		

La saison estivale 2022 est l'une des 3 plus fréquentée depuis l'année 2000 après les saisons estivales 2003 et 2015.

L'ouverture en continu de 10h à 20h du lundi au dimanche, le succès constant de la visite du sous-marin Espadon et le bon score de fréquentation d'Escal' Atlantic, les conditions météorologiques propices pour l'ensemble de nos visites (fraîcheur recherchée au sein de nos sites couverts mais aussi au cours de nos croisières...), succès des nouvelles croisières proposées (parc éolien et Noirmoutier) sont autant de facteurs expliquant cette excellente fréquentation estivale. Il faut noter le record de fréquentation pour un mois d'août avec plus de 85 000 visiteurs accueillis.

Le modèle d'exploitation continue de rencontrer un franc succès tant auprès du public que des collaborateurs de SNAT (satisfaction du public, expérience de visite renforcée, gestion des flux performée, sécurité sanitaire optimisée, taux de remplissage satisfaisant...). Ce modèle est donc dorénavant déployé tout au long de l'année et amélioré au gré de notre connaissance des publics

**saint-nazaire**  
**RENVERSANTE®**

**Fréquentation - Saint Nazaire Renversante - Vacances d'hiver**

	Fréquentation 2022 (5 février au 6 mars)			Fréquentation 2021			Fréquentation 2020 (8 février au 8 mars)			Fréquentation 2019 (9 février au 10 mars)			Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2019	Evolution 2022/2019
	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL						
Escal' Atlantic	4 950	323	5 273				4 856	711	5 567	4 024	916	4 940			- 294	-5%	333	7%
Sous-marin Espadon	8 103	484	8 587				5 977	339	6 316	6 067	795	6 862			2 271	36%	1 725	25%
Eol centre éolien	1 662	106	1 768				1 996	238	2 234	4 040	845	4 885			- 466	-21%	- 3 117	-64%
Ecomusée de Saint Nazaire	1 101	367	1 468				1 407	258	1 665	1 259	550	1 809			- 197	-12%	- 341	-19%
Chantiers de l'Atlantique	2 044	63	2 107				2 761	129	2 890	3 084	111	3 195			- 783	-27%	- 1 088	-34%
Airbus Atlantic	-	-	-				1 352	65	1 417	1 549	68	1 617			- 1 417	-100%	- 1 617	-100%
Port Nantes-Saint-Nazaire	282	43	325				221	16	237	140	12	152			88	37%	173	114%
<b>TOTAL</b>	<b>18142</b>	<b>1386</b>	<b>19528</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18570</b>	<b>1756</b>	<b>20326</b>	<b>20163</b>	<b>3297</b>	<b>23460</b>			<b>- 798</b>	<b>-4%</b>	<b>- 3 932</b>	<b>-17%</b>

**saint-nazaire**  
**RENVERSANTE®**

**Fréquentation - Saint Nazaire Renversante - Vacances de Pâques**

	Fréquentation 2022 (9 avril au 8 mai)			Fréquentation 2021			Fréquentation 2020			Fréquentation 2019 (6 avril au 5 mai)			Comparatif 2022/2021	Evolution 2022/2021	Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2019	Evolution 2022/2019
	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL						
Escal' Atlantic	7 616	371	7 987							8 407	550	8 957					- 970	-11%
Sous-marin Espadon	11 458	476	11 934							11 504	532	12 036					- 102	-1%
Eol centre éolien	2 284	102	2 386							4 277	345	4 622					- 2 236	-48%
Ecomusée de Saint Nazaire	1 476	196	1 672							2 778	353	3 131					- 1 459	-47%
Chantiers de l'Atlantique	4 770	131	4 901							5 900	291	6 191					- 1 290	-21%
Airbus Atlantic	894	28	922							2 648	112	2 760					- 1 838	-67%
Port Nantes-Saint-Nazaire	489	33	522							191	14	205					317	155%
Base sous-marine	80	4	84							77	2	79					5	6%
Visites Patrimoine	261	316	577							73	48	121					456	377%
<b>TOTAL</b>	<b>29 328</b>	<b>1 657</b>	<b>30 985</b>							<b>35 855</b>	<b>2 247</b>	<b>38 102</b>					<b>- 7 117</b>	<b>-19%</b>

Fréquentation - Saint Nazaire Renversante - Vacances de l'Ascension

	Fréquentation 2022 (26 au 29 mai)			Fréquentation 2021			Fréquentation 2020			Fréquentation 2019 (30 mai au 2 juin)			Comparatif 2022/2021	Evolution 2022/2021	Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2019	Evolution 2022/2019
	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL						
Escal' Atlantic	1 658	85	1 743							1 120	56	1 176					567	48%
Sous-marin Espadon	2 090	112	2 202							1 679	89	1 768					434	25%
Eol centre éolien	362	25	387							304	23	327					60	18%
Ecomusée de Saint Nazaire	389	30	419							314	95	409					10	2%
Chantiers de l'Atlantique	804	14	818							875	23	898					- 80	-9%
Airbus Atlantic			-							264	6	270					- 270	-100%
Port Nantes-Saint-Nazaire	55		55							38	-	38					17	45%
Base sous-marine	65	2	67							22	1	23					44	191%
Visites Patrimoine	7	2	9							20	-	20					- 11	-55%
<b>TOTAL</b>	<b>5 430</b>	<b>270</b>	<b>5 700</b>							<b>4 636</b>	<b>293</b>	<b>4 929</b>					<b>771</b>	<b>16%</b>

Fréquentation - Saint Nazaire Renversante - Vacances de la Toussaint

	Fréquentation 2022 (22 octobre au 6 novembre)			Fréquentation 2021 (23 octobre au 7 novembre)			Fréquentation 2020 (17 octobre au 1er novembre)			Fréquentation 2019 (19 octobre au 3 novembre)			Comparatif 2022/2021	Evolution 2022/2021	Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2019	Evolution 2022/2019
	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL						
Escal' Atlantic	5 522	421	5 943	5 113	309	5 422	3 895	278	4 173	5 481	396	5 877	521	9%	1 770	30%	66	1%
Sous-marin Espadon	8 461	535	8 996	7 876	468	8 344	4 508	237	4 745	6 797	370	7 167	652	7%	4 251	47%	1 829	20%
Eol centre éolien	1 798	113	1 911	1 568	109	1 677	1 207	65	1 272	2 214	171	2 385	234	12%	639	33%	- 474	-25%
Ecomusée de Saint Nazaire	1 234	175	1 409	990	191	1 181	835	108	943	1 557	232	1 789	228	16%	466	33%	- 380	-27%
Chantiers de l'Atlantique	2 652	67	2 719	2 139	41	2 180	1 498	27	1 525	2 688	91	2 779	539	20%	1 194	44%	- 60	-2%
Airbus Atlantic	454	8	462	745	1	746	500	12	512	1 232	22	1 254	- 284	-61%	- 50	-11%	- 792	-171%
Port Nantes-Saint-Nazaire	52	43	95	76	1	77	109	53	162	141	64	205	18	19%	- 67	-71%	- 110	-116%
Base sous-marine	41	5	46	46	2	48	155	3	158	47	1	48	- 2	-4%	- 112	-243%	- 2	-4%
Visites Patrimoine	114	29	143	53	57	110	25	90	115	80	165	245	33	23%	28	20%	- 102	-71%
<b>TOTAL</b>	<b>20 328</b>	<b>1 396</b>	<b>21 724</b>	<b>18 606</b>	<b>1 179</b>	<b>19 785</b>	<b>12 732</b>	<b>873</b>	<b>13 605</b>	<b>20 237</b>	<b>1 512</b>	<b>21 749</b>	<b>1 939</b>	<b>9%</b>	<b>8 119</b>	<b>37%</b>	<b>- 25</b>	<b>0%</b>

	Fréquentation 2022 (17 décembre au 2 janvier)			Fréquentation 2021 (18 décembre au 2 janvier)			Fréquentation 2020 (19 décembre au 3 janvier)			Fréquentation 2019 (21 décembre au 5 janvier)			Comparatif 2022/2021	Evolution 2022/2021	Comparatif 2022/2020	Evolution 2022/2020	Comparatif 2022/2019	Evolution 2022/2019
	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL	Payante	Gratuite	TOTAL						
Escal' Atlantic	2 845	412	3 257	2 214	225	2 439				1 727	139	1 866	818	25%			1 391	43%
Sous-marin Espadon	4 138	233	4 371	2 917	270	3 187				2 583	167	2 750	1 184	27%			1 621	37%
Eol centre éolien	695	51	746	505	64	569				713	64	777	177	24%			- 31	-4%
Ecomusée de Saint Nazaire	560	50	610	480	55	535				419	126	545	75	12%			65	11%
Chantiers de l'Atlantique	1 103	26	1 129	802	15	817				1 154	31	1 185	312	28%			- 56	-5%
Airbus Atlantic	284	3	287	400	1	401				498	6	504	- 114	-40%			- 217	-76%
Port Nantes-Saint-Nazaire	-	-	-	62	-	62				16	1	17	- 62	#DIV/0!			- 17	#DIV/0!
<b>TOTAL</b>	<b>9625</b>	<b>775</b>	<b>10400</b>	<b>7380</b>	<b>630</b>	<b>8010</b>				<b>7110</b>	<b>534</b>	<b>7644</b>	<b>2 390</b>	<b>23%</b>			<b>2 756</b>	<b>27%</b>

**VENTILATION DES VENTES PAR CANAL POUR LA CLIENTELE INDIVIDUELLE - DU 1er JANVIER AU 31 DECEMBRE**

Produit de visite	Canal de vente																							
	Guichet						Téléphone						Internet						Revendeurs					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Escal' Atlantic	86,21%	82,19%	89,56%	37,56%	48,65%	51,79%	2,04%	1,64%	0,70%	9,81%	7,17%	5,87%	6,04%	10,62%	5,74%	46,07%	39,12%	39,69%	5,71%	5,55%	4,00%	6,56%	5,06%	2,65%
Sous-marin Espadon	90,17%	90,30%	91,59%	39,30%	38,93%	42,33%	0,83%	0,35%	0,26%	9,57%	8,23%	6,50%	3,93%	4,85%	4,44%	43,84%	47,70%	47,77%	5,07%	4,50%	3,71%	7,29%	5,14%	3,40%
Ecomusée	87,73%	85,51%	90,45%	63,10%	64,46%	66,62%	0,97%	0,60%	2,38%	8,47%	9,45%	6,20%	4,85%	8,12%	4,20%	24,43%	24,53%	25,88%	6,45%	5,77%	2,97%	4,00%	1,56%	1,30%
Eol			91,43%	49,63%	53,54%	56,57%			1,47%	10,37%	10,93%	7,30%			4,95%	33,66%	32,90%	34,31%			2,15%	6,34%	2,63%	1,81%
Pass Port	86,30%	85,02%	84,55%				0,87%	0,58%	0,32%				5,58%	8,05%	9,36%				7,25%	6,35%	5,77%			
<b>MOYENNE GENERALE SITES DE VISITE</b>	<b>87,60%</b>	<b>85,76%</b>	<b>89,52%</b>	<b>47,40%</b>	<b>51,40%</b>	<b>54,33%</b>	<b>1,18%</b>	<b>0,79%</b>	<b>1,03%</b>	<b>9,56%</b>	<b>8,95%</b>	<b>6,47%</b>	<b>5,10%</b>	<b>7,91%</b>	<b>5,74%</b>	<b>37,00%</b>	<b>36,06%</b>	<b>36,91%</b>	<b>6,12%</b>	<b>5,54%</b>	<b>3,72%</b>	<b>6,05%</b>	<b>3,60%</b>	<b>2,29%</b>
Chantiers Navals	17,56%	15,24%	11,99%	9,32%	9,37%	7,88%	20,29%	16,45%	13,41%	11,43%	11,48%	11,94%	50,61%	54,57%	63,51%	68,70%	67,45%	75,10%	11,54%	13,74%	11,09%	10,55%	11,70%	5,08%
Airbus	11,29%	11,06%	9,38%	3,46%	7,04%	7,90%	20,64%	18,75%	14,93%	12,90%	13,72%	51,05%	57,58%	58,37%	65,43%	75,97%	71,10%	41,06%	10,49%	11,82%	10,26%	7,67%	8,14%	0,00%
Grand Port Maritime	20,00%	14,17%	7,07%	10,12%	7,27%	14,85%	18,60%	16,41%	15,15%	16,03%	13,51%	12,14%	56,75%	56,37%	59,60%	63,92%	65,28%	71,24%	4,65%	13,05%	18,18%	9,93%	13,94%	1,77%
Croisière	40,61%	35,20%	30,08%	22,63%	21,64%	22,28%	22,05%	13,34%	12,43%	12,15%	12,20%	11,06%	21,60%	34,09%	45,68%	53,99%	47,70%	60,17%	15,74%	17,37%	11,81%	11,23%	18,46%	6,49%
Visites patrimoine	37,21%	37,51%	23,15%	21,92%	9,19%	25,92%	19,75%	22,24%	20,95%	21,34%	9,44%	6,17%	42,16%	33,37%	50,69%	55,26%	72,92%	67,91%	0,88%	6,88%	5,21%	1,48%	8,45%	0,00%
<b>MOYENNE GENERALE VISITES GUIDEES</b>	<b>25,33%</b>	<b>22,64%</b>	<b>16,33%</b>	<b>13,49%</b>	<b>10,90%</b>	<b>15,77%</b>	<b>20,27%</b>	<b>17,44%</b>	<b>15,37%</b>	<b>14,77%</b>	<b>12,07%</b>	<b>18,47%</b>	<b>45,74%</b>	<b>47,35%</b>	<b>56,98%</b>	<b>63,57%</b>	<b>64,89%</b>	<b>63,10%</b>	<b>8,66%</b>	<b>12,57%</b>	<b>11,31%</b>	<b>8,17%</b>	<b>12,14%</b>	<b>2,68%</b>

La mise en œuvre du logiciel Sécutix en 2017 combinée à la mise en application d'un modèle d'exploitation sur créneaux et avec jauge modifient les comportements d'achat de nos visiteurs qui plébiscitent de plus en plus l'achat dématérialisé via notre site internet [www.saint-nazaire-tourisme.com](http://www.saint-nazaire-tourisme.com)

Il faut toutefois noter la hausse de la vente au guichet par rapport aux années 2020 et 2021 qui ont été marquées par la pandémie et la baisse d'interactions sociales dans un souci de protection.



## Comparatif de fréquentation payante 2009-2022

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Esca!Atlantic	80 986	82 238	87 187	71 073	48 644	75 006	78 411	69 040	71 029	72 518	75 896	36 140	48 402	78 979
Espadon	70 026	68 126	70 369	68 056	70 626	74 934	82 115	84 534	82 490	77 805	91 941	43 177	65 524	109 483
Ecomusée	5 799	5 629	6 018	8 254	24 984	30 198	33 873	31 600	31 809	29 048	22 786	9 151	9 854	17 552
Eol											32 460	11 770	12 452	24 033
Chantiers	26 822	20 977	26 854	29 174	25 443	31 629	40 513	46 917	46 470	50 000	53 548	17 863	27 935	44 652
Airbus	12 974	14 495	15 013	14 980	15 930	17 842	19 526	23 749	23 535	24 157	25 108	3 985	6 680	7 552
Port	2 667	1 950	2 069	1 917	1 602	1 224	1 658	1 731	1 747	1 804	1 602	1 274	1 503	2 816
Croisière	3 007	5 203	5 392	5 357	5 004	4 913	3 227	4 132	4 764	4 813	5 125	3 846	4 163	4 910
Tumulus	703	929	892	672	988	735	732	1 009	1 119	1 052	1 756	-	1 533	1 167
Base SM	-	-	521	245	266	180	226	293	527	470	883	1 361	668	1 554
90'								128	248	132	121	342	128	214
Divers								228	918	408	663	613	546	1 029
	meilleure fréquentation			pire fréquentation										

**VISITE DE SITES INDUSTRIELS OPERES PAR SAINT-NAZAIRE AGGLOMERATION TOURISME**  
*(fréquentation en nombre de visiteurs payants)*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>CHANTIERS DE L'ATLANTIQUE</b>	26 822	20 977	26 854	29 174	25 443	31 629	40 513	46 917	46 470	50 000	53 631	17 863	27 935	44 652
<b>AIRBUS</b>	12 974	14 495	15 013	14 980	15 930	17 842	19 526	23 749	23 535	24 157	25 126	3 985	6 680	7 552
<b>NANTES SAINT-NAZAIRE PORT</b>	5 674	7 153	7 461	7 274	6 606	6 137	4 885	5 863	6 511	6 617	6 713	5 120	5 666	7 726
<b>TOTAL</b>	<b>45 470</b>	<b>42 625</b>	<b>49 328</b>	<b>51 428</b>	<b>47 979</b>	<b>55 608</b>	<b>64 924</b>	<b>76 529</b>	<b>76 516</b>	<b>80 774</b>	<b>85 470</b>	<b>26 968</b>	<b>40 281</b>	<b>59 930</b>

## ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES VISITEURS PAYANTS - SAINT NAZAIRE RENVERSANTE

		2022	2021	2019
		% fréquentation totale	% fréquentation totale	% fréquentation totale
France		93,14%	95,83%	92,57%
Auvergne Rhône Alpes		5,77%	8,08%	4,63%
Bourgogne Franche Comté		2,39%	3,66%	1,92%
Bretagne		8,24%	6,59%	9,31%
Centre Val de Loire		4,65%	5,33%	4,21%
Corse		0,02%	0,11%	0,01%
Grand Est		4,67%	6,52%	4,20%
Dom-Tom		0,15%	0,17%	0,07%
Hauts de France		3,46%	4,45%	2,64%
Ile de France		11,87%	11,46%	9,82%
Normandie		2,99%	3,61%	3,14%
Nouvelle Aquitaine		4,80%	4,97%	4,33%
Occitanie		2,20%	3,42%	2,03%
Pays de la Loire		40,73%	35,11%	45,24%
Loire Atlantique		30,86%	26,98%	30,63%
Saint-Nazaire Agglomération		10,36%	9,74%	12,09%
Nantes Métropole		6,02%	4,72%	6,34%
Maine et Loire		3,66%	2,72%	5,54%
Mayenne		0,96%	1,37%	2,15%
Sarthe		1,66%	1,50%	2,90%
Vendée		3,59%	2,54%	4,02%
Provence Alpes Côte d'Azur		1,18%	2,35%	1,02%
Belgique		1,39%	1,25%	1,18%
Allemagne		1,43%	0,84%	1,12%
Grande-Bretagne		0,88%	0,15%	1,01%
Suisse		0,76%	0,58%	0,62%
Espagne		0,51%	0,19%	0,61%
Pays-Bas		0,56%	0,33%	0,43%
Italie		0,23%	0,11%	0,17%
Canada		0,09%	0,02%	0,16%
Irlande		0,14%	0,01%	0,15%
Etats-Unis		0,09%	0,10%	0,14%
Luxembourg		0,06%	0,15%	0,06%
Portugal		0,04%	0,03%	0,04%
Pologne		0,06%	0,03%	0,08%

Les données liées aux activités : billetteries, ventes boutique, bar, agence de voyages, ingénierie et autres produits

### Chiffres d'affaires et marges

Poste de recettes	2022			2021	Variations 2022/2021
	CA HT en €	Marge brute en €	Taux de marge	CA HT en €	
Billetterie	2 545 904			1 598 856	59,2%
Boutiques	426 368	187 456	44,0%	241 633	76,5%
Bar	42 799	26 974	63,0%	25 281	69,3%
Agence de voyages	165 072	22 564	13,7%	54 515	202,8%
Tourisme d'affaires	264 222	96 399	36,5%	87 865	200,7%
Ingénierie	186 796			1 248 937	-85,0%
Autres produits	73 085			3 301	2114,0%
<b>TOTAL</b>	<b>3 702 628</b>			<b>3 260 388</b>	<b>13,6%</b>

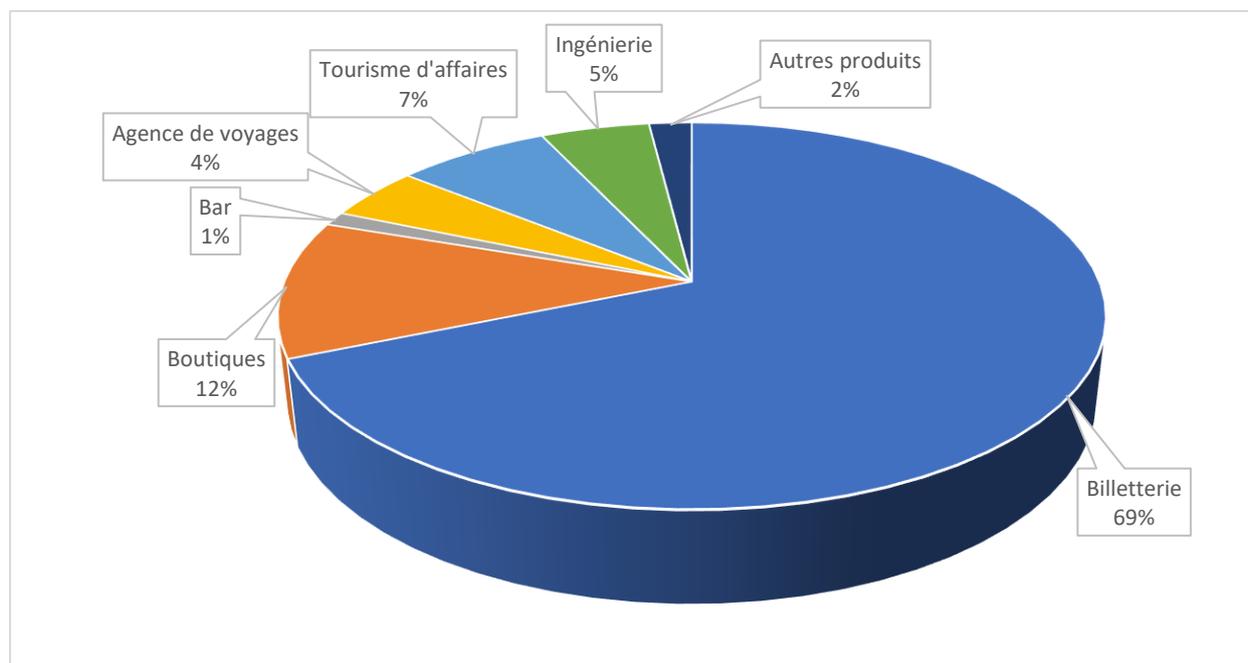
Au cours de l'exercice 2022, le chiffre d'affaires global de la société atteint 3 704 246 €, soit une évolution favorable de 13.61 % par rapport à 2021.

L'activité billetterie évolue significativement par rapport à 2021 avec 2 545 904 € de chiffre d'affaires, soit une augmentation de 59%. La fréquentation du site Espadon signe même son record de fréquentation historique avec 109 483 entrées payantes, en augmentation de 19% par rapport à 2019.

L'activité des boutiques connaît également une augmentation de 76% de son activité et même 46% par rapport à 2019 avec un chiffre d'affaires de 426 368 € et une marge en progression à 44%.

La dynamique est la même pour l'activité bar avec 42 799 € de chiffre d'affaires et une progression de 28% par rapport à 2019. Une amélioration de 8 points de marge est constatée par rapport à 2021.

Seule l'activité Tourisme d'Affaires avec 264 222 € reste encore pour le moment en deçà des objectifs fixés avec 88% de taux de réalisation. Cependant, la marge bondit de 27% en 2021 à 36.5% en 2022, proche de l'objectif des 40% souhaités.



## 4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année

### 4.1. Les activités de l'Office de Tourisme intercommunal

#### 4.1.1. La fréquentation 2022 et comparatif avec les 2 années précédentes.



Office de Tourisme - Base sous-marine



Sur la place du Commando

L'année 2022 se profile comme une année de retour à la normale si l'on compare avec les années Covid. Dès le mois de février, les chiffres sont plus proches de ceux de 2018/19. En revanche, la fréquentation de juillet et août est inhabituellement basse, le bel été puis la canicule peuvent l'expliquer.

### La fréquentation

Objectifs annuels 2022	attendus	réalisés	
Fréquentation éco-compteur*	75 000	72 125	-3,8 %
SIT Tourinsoft -Actes de R.	25 000	22 162	-11,4 %

\*Source éco-compteur Shoppertrack

### Tableaux comparatifs annuels : fréquentation et actes de renseignement

Global annuel	2019	2021	2022	(2021/2022) En %
Actes de renseignements Source Tourinsoft®	26 732	23 463	<b>22 162</b>	<b>-5,5 %</b>
Entrées libres Source éco-compteur Shoppertrack	86 612	61 411	<b>72 125</b>	<b>17,4 %</b>

L'augmentation du nombre d'entrées libres par rapport à 2021 s'explique par l'autorisation d'entrer à plusieurs dans le bureau d'accueil.

### Tableaux comparatifs annuels par période : été

Actes de renseignement (source SIT Tourinsoft).				
	2019	2021	2022	(2021/2022) En %
juillet	4 424	5 951	<b>4130</b>	<b>- 30,6 %</b>
août	6 759	7 257	<b>5038</b>	<b>- 30,5 %</b>
septembre	2 675	2 964	<b>2105</b>	<b>- 29 %</b>

Fréquentation Eco compteur	2019	2021	2022	(2021/2022) En %
	juillet	14 425	14 254	<b>12024</b>
août	20 116	18 182	<b>17171</b>	<b>-5,6 %</b>
septembre	8 698	8 245	<b>8822</b>	<b>7 %</b>

### Tableaux comparatifs annuels par période : automne/hiver

Actes de renseignement (source SIT Tourinsoft).	2019	2021	2022	(2021/2022) En %
	octobre	1 789	1 916	1303
novembre	620	1 185	605	<b>-48,9 %</b>
décembre	531	612	436	<b>28,8 %</b>

Fréquentation Eco compteur	2019	2021	2022	(2021/2022) En %
	octobre	5 729	5 042	4585
novembre	2 293	3 275	2332	<b>-28,8 %</b>
décembre	1 701	2 521	1856	<b>-26,4 %</b>

Les guichets d'accueil ont été ouverts 335 jours au total en 2022.

L'ouverture de 9h à 13h tester en 2021 est adoptée sur la période de basse saison (Novembre à Février hors vacances scolaires), elle correspond mieux au public excursionniste présent sur ces périodes.

Le bureau d'information touristique de Saint-André-des-Eaux a fermé fin 2021. La saison estivale 2022 à été réalisée par la méhari en présence à la Chaussée Neuve tout l'été.

### La provenance visiteurs

Le pourcentage de visiteurs français est en baisse (-7%) par rapport à 2021 ce qui atteste du retour des visiteurs étrangers, frontaliers en tête du classement.

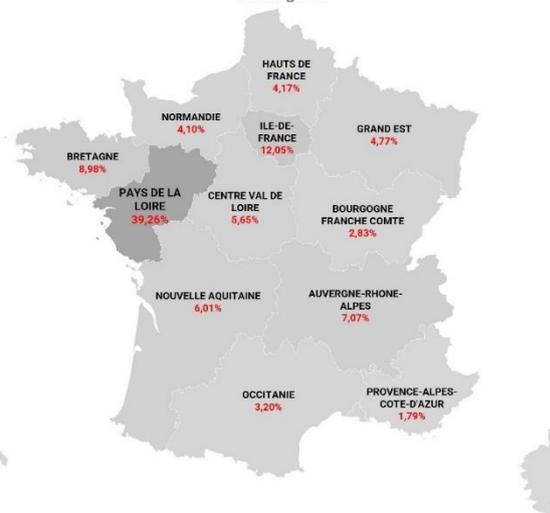
Les visiteurs des Pays de la Loire sont plus nombreux que les années précédents : + 3,3%

A noter la forte remontée des visiteurs de Loire-Atlantique : + 34,9% (29,1% en 2019 ; 29,8 %en 2021), les autres départements de la région restent stables.

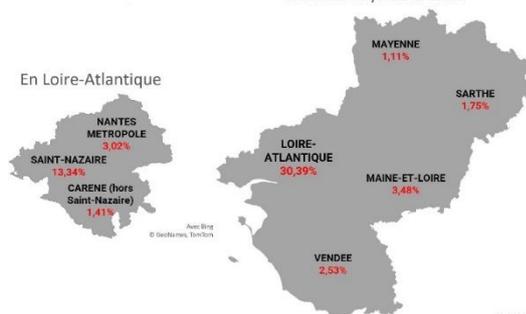
Fréquentation à l'Office de Tourisme



Par Régions



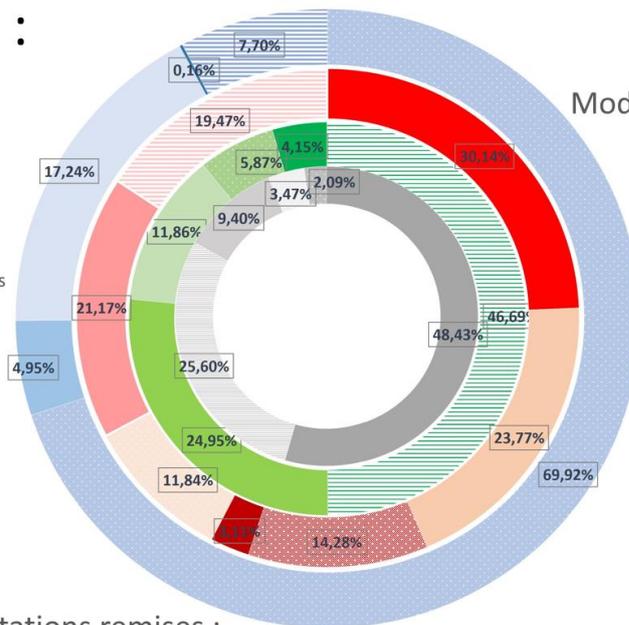
Dans les Pays de la Loire



## Les Top 5 OT Base :

### Typologies :

- Tranche 50/64
- Tranche 30/49
- Seniors 65+
- Tranche 18/29
- Famille avec enfants
- Couple
- Personnes seules



### Modes de contact :

- Guichet
- Mail + formulaire web
- Téléphone
- Courrier
- Hors les murs

### Type de demandes

- Visites SNR
- Circuits touristiques
- Animations
- Nautisme
- Rando vélo

### Documentations remises :

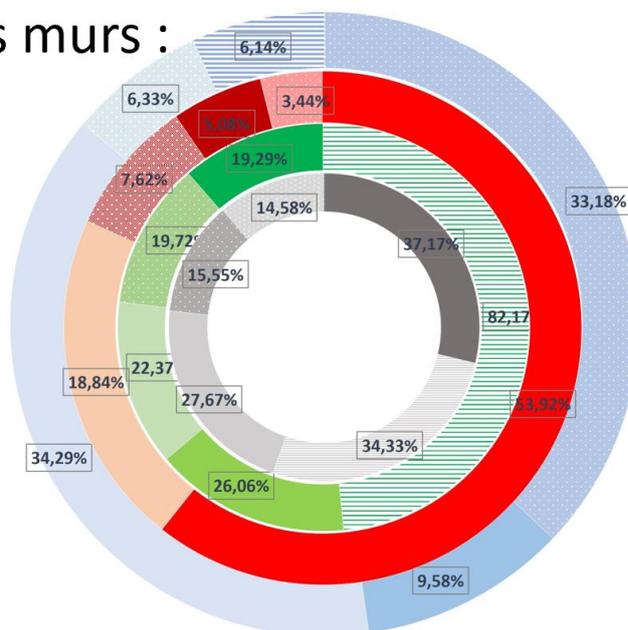
- Plan des Incontournables
- Brochure des visites
- Guide Touristique
- Carte CARENE
- Art en ville

Sur **2112** actes de renseignements

## Les Top 5 Hors les murs :

### Typologies :

- Seniors (+50)
- Tranche 25/50 ans
- Famille avec enfants bas-âges
- Famille avec ados
- Grands-parents avec enfants



### Lieux :

- Saint-Marc sur Mer
- Chaussée Neuve
- Manifestations
- Place du Commando
- Rozé

### Type de demandes

- Plan / Orientation
- Animations estivales
- Visites SNR
- Balades (petits circuits pédestres ou cyclables)
- Vie pratique

### Documentations remises :

- Incontournables
- Guide touristique
- Guide des visites
- Autres
- Côté Plage

Sur **1627** actes de renseignements

S'agissant des demandes des visiteurs, sur l'ensemble de l'année, la représentation est la suivante :

- Les visites Saint-Nazaire Renversante = 48 % des demandes (51% en 2021)
- Les circuits de ville de type « Art en ville, Tintin, récit de quartier, les Incontournables » = 25,7% des demandes (22% en 2021)
- Les animations = 12,3 % des demandes (12% stable par rapport à 2021)
- Les sorties randonnées, cyclables et sorties nature = 8 % des demandes (10% en 2021)

Si la répartition des demandes reste relativement stable, le type de loisirs est quant à lui, fortement impacté par la canicule :

	2021	2022	
Nautisme	910	1260	<b>38,5%</b>
Rando Pédestres	726	488	<b>-32,8%</b>
Animations	2 766	2654	-4,0%
Circuits	4 996	5544	11,0%
Sites	11 540	10401	-9,9%

#### 4.1.2. Sorties hors les murs

La méhari est sortie sur les ailes de saison, et en saison estivale (85 sorties), permettant ainsi la collecte, l'échange et la diffusion d'information sur tout le territoire de la destination. Présente sur un certain nombre de marchés comme Donges, Saint-Joachim et la Chapelle -des-Marais avant la saison estivale, elle permet de diffuser les nouvelles brochures de la destination (guide touristiques, saison patrimoine et documents des visites) aux habitants ainsi qu'aux socio-professionnels des communes. Dès le mois de juin, et jusqu'à fin septembre, elle a été présente sur des événements importants du territoire tels les marchés nocturne à Donges, le marché des artisans à Fédrun, le Festi' Art de la rue à Montoir-de-Bretagne, le marché Saint-Guillaume et la Fête des chalands fleuris à Saint-André-des-Eaux, le bicentenaire des écluses à Rozé. Enfin, pendant la saison estivale, elle se trouvait sur les points désormais habituels : Rozé-belvédère et Saint-Marc-sur-mer mais a de plus, couvert le port de la Chaussée Neuve dans l'attente du futur Tiny Office.

A préciser que certaines sorties ont été annulées en raison de la trop forte chaleur certaines journées.

#### Nombre d'actes totaux et lieux de présence y compris triporteur :

**1627** actes de renseignements

Répartition des actes de renseignements en fonction des lieux :

- **Site la Chaussée Neuve** : 30 demi-journées (10%)
- **Front de mer SN** : 15 demi-journées (6%)
- **Saint-Marc-sur-mer marché**: 14 demi-journées (33%)
- **Rozé belvédère** : 14 demi-journées (6%)
- **Manifestations** : 10 sorties (34%)
- **Autre** : (14%) Marchés de Donges, la Chapelle-des-Marais, Saint-Joachim, Triporteur en centre-ville, navette estivale, sorties pédestres ...



Marché nocturne de Donges

Présence de la Méhari dès le mois d'avril sur les marchés du territoire, Donges, Saint-Joachim, La Chapelle -des-Marais, Ci-contre : la méhari à Donges.

### En triporteur

Loué auprès de Vélycéo, sur les mois de juillet et août, le triporteur permet des déplacements réguliers sur la partie nazairienne du territoire. Il a effectué des circuits dans le centre-ville, sur la place du Commando et le front de mer jusqu'à Villès Martin. Il a accompagné les animations Coté Plage. Certains temps de présence postés ont été réduits cette année, en cause : la forte chaleur et le peu de flux notamment en après-midi. Le triporteur s'est alors déplacé chez les commerçants et autres socio-professionnels nazairiens afin d'effectuer des livraisons de brochures et plans.

Ci-contre : le triporteur place du Commando.



### 4.1.3. La programmation des activités et des services

- **Exposition en extra muros sur le Port de la Chaussée Neuve**



- **Opération citoyenne « Touche pas à mon SPOT »**

## Touche pas à mon spot - 11 juin

**2 spots** : le Port de Saint-Nazaire et le Port de Rozé à Saint-Malo-de-Guersac.

**3 activités proposées** : balade en catamaran, balade en voilier, canoë kayak

**9 clubs, associations et partenaires impliqués** :

- à Saint-Nazaire : Mouette & Sea, Maison de Quartier de Kerlédé, Shopping Saint-Nazaire, Estuairez-Vous
- à Rozé : Brivet Canoë Kayak, Canoë Kayak Besné, Parc naturel régional de Brière, Syndicat du Bassin Versant du Brivet, Pollue pas l'eau

**70 participants** : 28 à Saint-Nazaire, 42 à Rozé

Une centaine de kilogrammes de déchets récoltés : 21 kg à Saint-Nazaire, environ 80 kg à Rozé  
Exemples de déchets ramassés : 8000 mégots de cigarette, 18 bouteilles plastique, 20 bâtons de sucette, 16 masques, 9 bouteilles en verre et 40 canettes à Saint-Nazaire ; 16 bouteilles plastique, 80 sacs plastique, 9 bouteilles en verre et un tambour de machine à laver à Rozé.

26 questionnaires de satisfaction remplis : **100% des participants sont très satisfaits** et sont prêts à renouveler cette activité !



« Touche pas à mon spot » est une opération lancée par la SPL Loire Atlantique Développement et l'association environnementale Surfrider, à laquelle les Offices de Tourisme du littoral ou proches d'une rivière se sont associés dans le but d'organiser une journée de mobilisation sur la sensibilisation à la biodiversité du littoral et du rétro-littoral, ainsi qu'à la problématique des déchets aquatiques. Couplé à cela, le plaisir de la pratique nautique sous ses différentes formes était garanti aux participants. Cet événement était entièrement gratuit pour les participants et sur la base du bénévolat pour les partenaires nautiques et environnementaux engagés.

**L'Office de Tourisme intercommunal était également présent auprès de nos partenaires et collectivités sur les actions suivantes :**

**14 mai : Côté Nature**, lancement d'un nouvel événement sur Saint-Nazaire sur les thématiques liées à l'écologie et développement durable.

**27 juillet : Beach Tour**, thématique de sensibilisation sur la sécurité des pratiques sportives aquatiques et à la plage sans tabac.

**23 et 24 juillet : Festival de la Vannerie** à la Chapelle des Marais.

**7 août : Festival les chalands fleuris** au Port de la Chaussée Neuve.

**3 septembre : Festi' Arts de la rue** grand retour de cet événement culturel à Montoir- de-Bretagne.

**4 septembre : le marché médiéval de Saint-Guillaume** au Port de la Chaussée Neuve

**17 septembre : Fête du bicentenaire des écluses** auprès de l'association le Pas de Saint-Malo sur la thématique des productions locales à Rozé.

**25 septembre : les Foulées du pont** course empruntant le pont Saint-Nazaire/Saint-Brévin.

**13 octobre : Spirit of Adventure**, Première escale de ce paquebot à Montoir de Bretagne et unique escale en 2021 sur les 5 prévues. Accueil avec remise de plaque et moment musical de groupe XX Celtes.

**16 octobre : la fête de l'automne à Peillac** ville jumelée à Saint-Nazaire

**12 octobre et 8 novembre** : Accueil de nouveaux arrivants en Mairie de Saint-Nazaire et AVF.



Fête de l'automne – Peillac



Cité Swag Petit Caporal - dispositif Entreprise accueillante » 26 juin

## Les billetteries sur les points d'accueil

L'Office de Tourisme Intercommunal a progressé dans ses ventes en comparant avec 2020.

- Volume des ventes 2020 = 13 293,94 €
- Volume de ventes 2021 = 14 872,95 €
- Volume des ventes 2022 = 18 909.81 € HT

## Billetterie – Boutique 2022

### Top 5 des produits boutique :

1. Carte parking « Forfait Tourisme » : 195 ventes (-8%\*)
2. Billet unitaire STRAN : 180 ventes (+38,5%\*)
3. Plan Blay Foldex Saint-Nazaire/La Baule 131 ventes (+9,2%\*)
4. Timbres verts et internationaux : 81 ventes (-37,2%\*)
5. Topo guide randonnées pédestres 74 ventes (+13,7%\*)

### Top 5 des billetteries revendeur :

1. Croisières Estuaire Nantes/Saint-Nazaire : 179 billets vendus (+55,7%\*)
2. Nos folles années folles (événement associatif) : 124 billets vendus
3. Fête des Chalands Fleuris : 60 billets vendus
4. Legendia Parc : 57 billets vendus (+18,8%\*)
5. Océarium du Croisic : 49 billets vendus (-50,2%\*)

### Nouveautés 2022 :

- Nos Folles années Folles
- Mouette and Sea
- Mise en place de l'analyse satisfaction sur nos ventes billetterie et boutique.



\* Par rapport à 2021

### 4.1.4. Le Comité consultatif des acteurs du tourisme

saint-nazaire  
**LES RENVERSANT · E · S** 

Dispositif obligatoire pour les Offices de Tourisme sous statut de Société Publique Locale, le Comité consultatif des acteurs du tourisme a pour objet de garantir un lien entre l'Office de Tourisme intercommunal et les professionnels locaux. Quatre ateliers thématiques structurent le comité, à partir desquels sont organisés rendez-vous, rencontres, partages d'expériences, découvertes de lieux et opérations collectives.

Pour faire suite à une proposition en fin d'année 2019, le Comité Consultatif des Acteurs du Tourisme devient LES RENVERSANT.E.S.

L'ambition partagée :

- faire rayonner ensemble le territoire,
- favoriser les rencontres,
- partager une vision commune du tourisme durable.

Cette année :

## Les Renversant(e)s

De nombreux temps d'échanges autour de la problématique de l'emploi et la formation.

**Atelier participatif sur le guide touristique (6 juillet) :**  
6 professionnels présents et une centaine d'idées partagées !



- **3 tournées commerciales** chez les commerçants de la CARENE,
- **Des réassorts de documents** chez les commerçants avant tous les grands événements,
- **Des livraisons ponctuelles** lors de déplacement en Hors les Murs,
- **1 Newsletter** par mois
- **De nombreux** contacts (*mails, téléphone, physique*) et une myriade de sourires !
- **1 livre d'or** bien rempli :



**Découvertes de nos visites** des Chantiers de l'Atlantique et Grand Port Maritime sous forme d'Eductour (31 mars) :

**38** professionnels présents sur 48 inscrits

Nous avons accueilli des nouveaux Renversant(e)s :

- **19** nouveaux meublés touristiques,
- **1** nouvelle chambre d'hôtes,
- **2** nouveaux hôtels,
- **16** nouveaux restaurants...

J'ai reçu hier un appel du Portugal pour une location d'un mois avec possibilité d'extension. Je sais que je vous dois cet appel. Merci beaucoup!

De rien ! Je constate le formidable travail de l'équipe de tourisme qui commence vraiment à porter ses fruits pour toute l'activité du tourisme de Saint-Nazaire ! Bravo à toute l'équipe et à ce nouvel élan RENVERSANT !  
PS : j'ai noté une demande beaucoup plus forte que les autres années de la clientèle étrangère (nordique..., allemande surtout)

Les rendez-vous autour de l'emploi et de la formation se sont poursuivis, l'Office de tourisme a maintenu son rôle fédérateur en motivant les socio-professionnels à participer aux différents salons, rendez-vous associatifs et job dating organisés localement par La Source et la Mission Locale. L'action se poursuit actuellement, avec notamment des actions autour de la problématique des hébergements saisonniers.

### 4.1.5. Les GREETERS SAINT-NAZAIRE

Les Greeters sont des habitants enjoués et désireux de partager avec des visiteurs leur(s) coup(s) de cœur du territoire. Ils sont bénévoles, les visites sont gratuites.

A Saint-Nazaire un groupe a été constitué sur l'impulsion de l'Office de Tourisme intercommunal afin d'adhérer au mouvement international des Greeters.

18  
Greeters



32  
balades

En 2022, il y a eu **14 bénévoles actifs** au sein du réseau sur les 18 inscrits. Nous avons accueilli un nouveau Greeter Laurent MOGA passionné de street-art sur le quartier du Petit-Maroc.

→ sur **44 demandes de balades** :

- **32 balades** ont été enregistrées sur JEF (contre 22 l'an passé). Si juillet et août sont les périodes les plus propices, 15 greets effectués, les ailes de saison ne sont pas en reste.
- **12 balades ont été annulées** essentiellement par les demandeurs.

→ **Top 3 des thèmes choisis pour les balades:**

- La Brière : 10
- La Ville de St Nazaire : 7
- St Nazaire Histoire : 6

Les autres greets se répartissent entre le street-Art, la découverte du port et randonnées côté mer.

→ **Les visiteurs sont satisfaits et l'expriment :**

Balade fort agréable et intéressante.  
Dominique nous a transmis la passion de son marais . Il nous a donné l'envie d'y retourner Merci beaucoup Dominique

J'ai fait une belle rencontre et une très agréable promenade découverte de Saint Nazaire. Martine a été très disponible pour moi, la balade a duré beaucoup plus longtemps que l'heure et demi initialement programmée ! Je n'ai pas vu le temps passer et une seule envie : revenir et me promener à nouveau avec mon greeter !!!... Merci

**Plus de 60 personnes ont été accueillies**, une majorité de Français mais également de nationalités diverses finlandais, belges, anglais, allemands, et taiwanais. **3 greets ont été réalisés anglais.**

→ **Les greeters sont satisfaits et l'expriment aussi !**

Balade matinale entre canal et roselière pour une famille géniale venant de Finlande. Une très belle expérience... e Anglais ! Heureux d'avoir pu faire découvrir le marais dans une autre langue.

Balade de 4 heures, organisée autour de la présence des Britanniques pendant la seconde guerre mondiale et principalement de L'opération Chariot. Avons également visité l'Espadon. Visiteurs ravis. Envisagent une seconde visite à St Nazaire.

Un jeune couple très sympathique avec un bébé de huit mois. Comme ils viennent d'arriver à St Nazaire et sont amenés à y rester, j'ai préféré leur montrer quelques sites moins connus que le circuit classique qu'ils auront tout le temps de découvrir. Je crois qu'ils ont apprécié la visite, nous nous reverrons peut-être pour d'autres découvertes.

#### 4.1.6. La démarche qualité et le processus de classement niveau I

Le référentiel de la marque Qualité Tourisme a évolué le 27 septembre 2019. Sa validité est passée de 3 à 5 ans et il comporte depuis 2020 un volet « protocole COVID-19 ».

##### Rappel des échéances passées :

- . Octobre 2018 : labellisation de l'Office de Tourisme Intercommunal (validité 5 ans)
- . Février 2019 : classement en catégorie I (validité 5 ans)
- . Octobre 2019 : audit de suivi par Loire-Atlantique Développement, relai territorial
- . Octobre 2020 : visite mystère effectuée par un cabinet externe commandité par le relai territorial
- . Octobre 2021 : auto-évaluation effectuée sur le site de la DGE par l'Office de Tourisme Intercommunal
- . septembre 2022 : audit blanc complet effectué par un cabinet d'audit



### L'écosystème de la qualité de services de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme pour la destination *Saint-Nazaire Renversante*



##### Rappel des échéances futures :

- . Septembre / Octobre 2023 : audit de certification par un cabinet agréé
- . Début 2024 : Re classement en Cat I

**Le Groupe Qualité Destination** est un écosystème vertueux afin d’impulser des dynamiques croisées favorables à une qualité de services homogènes à l’échelle de la destination.

Le Groupe Qualité Destination découle d’une mise en cohérence des différentes démarches qualités mises en œuvre en interne, et en externe sur demande de la collectivité pour les circulations douces ou la saisonnalité touristique de Saint-Nazaire en lien avec Saint-Nazaire Agglomération, ainsi que l’implication de SNAT dans les différents comités de liaison ou de travail en faveur de la qualité.

L’écoute client permet à cet écosystème de travailler sur les sujets rapportés, dans un objectif d’amélioration continu des services et de la destination :

## Groupe Qualité Destination

### Groupe Qualité Mobilités Douces

sujets: navette départementale période élargie, entretien des voies cyclables, **les possibilités de locations de vélos + pour les familles avec petits enfants**, l’entretien des chemins de randonnée.

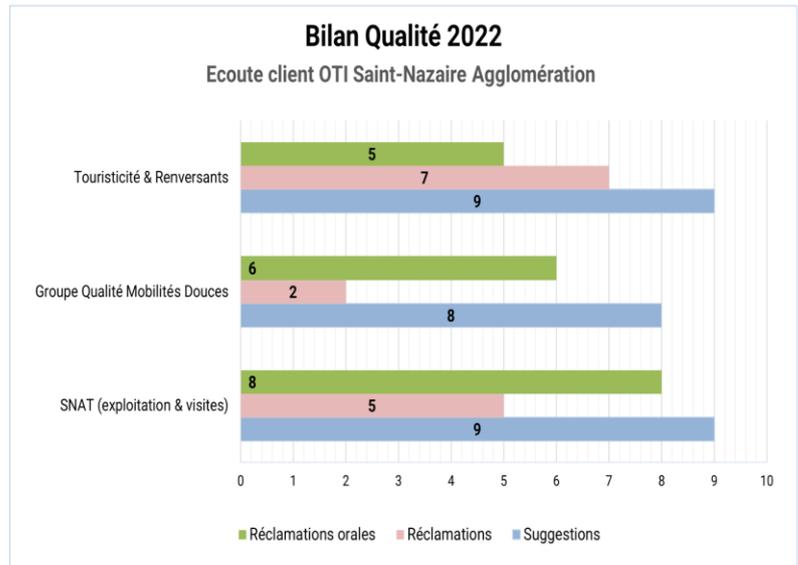
### SNAT :

Sujets : Croisières en juin et septembre, des soucis de repérage sur les sites port/base, besoin de supports « papier ».

### Renversants et Touristicité

Sujets : la propreté de la base/alentours, **du respect des horaires annoncés pour ouverture de certains lieux**, bornes électriques sur parking proche Base, mobilité pour Fontaine Tuaud.

**14 réclamations écrites nous sont parvenues - 12 traitées avec succès**



De 2019 à 2021 le Groupe Qualité Mobilités Douces s’est focalisé sur le vélo. Il a piloté d’une mission d’expertise des itinéraires et boucles cyclables à vocation touristique.

Sur la période, des itinéraires et boucles de qualité ont ainsi pu être identifiés, jalonnés et portés à connaissance des publics via le site web de saint-nazaire Renversante et des fiches topo-guide.

Pour 2022/2024, une nouvelle feuille de route est écrit avec les ambitions suivantes :

- Un diagnostic du GRP®Tour de Brière : randonnée, vtt, pour définir quelle valorisation touristique déployer
- La préparation d’une édition des topo-guides vélo et topo-guides multi activités. (2023/24)
- Réflexion sur les chemins pédestres nazairiens dits « Les chemins de traverse » permettant de relier la ville à la Brière afin d’évaluer leur potentiel.

En 2022 :

- Veille sur la qualité des itinéraires et circuits multi activités ( Itinéraire 15 et une partie de GRP®Tour de Brière)

## Groupe Mobilités Douces

Tous à vélo!!!  
De nouveaux tracés opérationnels – itinéraire ou boucles.



- Vérification de la qualité des informations sur les fiches des itinéraires de randonnées du site Saint-Nazaire Renversant. L'objectif étant de vérifier les visuels, et d'harmoniser les contenus. Une base de données de tous les circuits vélo/rando a été créée à cet effet.
- Mise en ligne de certains des itinéraires vélo sur géovélo .

### Le bilan d'écoute clients de l'office de tourisme

La compétence de l'Office de tourisme lui donne autorité et compétence pour rapporter les dysfonctionnements relevés sur la Destination. La collecte des indicateurs est réalisée sur les points d'accueil de l'Office de Tourisme Intercommunal de Saint-Nazaire et en hors les murs sur l'Office de Tourisme mobile.

Les outils de mesure sont :

Les questionnaires de satisfaction sur ses services (il est en 3 langues) : 306 questionnaires remplis (296 en français / 7 en anglais / 3 en allemand).

- Une amélioration de la qualité des services d'accueil est observée cette année :
  - Le temps d'attente : 98,31 % de personnes questionnées sont satisfaites. (97,4% en 2021)
  - Ecoute et disponibilité du (de la) conseiller(ère) en séjour : 99,58 % de personnes questionnées satisfaites (95,7 en 2021)
  - Les réponses apportées par les conseiller(ère)s en séjour ont été pertinentes pour 98,31 % des personnes interrogées.(98,3 % en 2021)
  - La documentation souhaitée convenait pour 97,88 % des personnes questionnées. (96,6% en 2021)

A noter : des demandes de documents sur les randonnées de type carte exhaustive gratuite. Une autre demande sur un document à l'intention des cyclistes qui indiquerait les bonnes pratiques et les détails de transports (pont, navette départementale gratuite...).

2 nouveaux questionnaires cette année :

-Un questionnaire de satisfaction envoyé à chaque fin d'e-mail qui a permis de récolter 70 réponses supplémentaires (soit 22% de l'échantillon total). Il permet d'évaluer la satisfaction du visiteur quant au délai de réponse écrite et la qualité de celle-ci. Il permet également de connaître le temps de séjour envisagé sur la destination.

Satisfaction	Satisfait	Insatisfait	Sans opinion
Délai de réponse	100 %	0 %	0 %
Pertinence de la réponse	98.57 %	1.43 %	0 %
Documentation reçue	87.14 %	1.43 %	11.43 %*

*\*Les 11.43 % de personne n'ayant pas d'opinion concernant l'envoi de documentation s'expliquent par le fait que certains e-mails répondent uniquement à des demandes qui ne nécessitent pas d'envoi de documentation.*

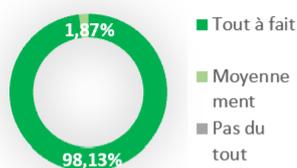
### Combien de temps prévoyez-vous de rester à Saint-Nazaire et sa destination ?



- Un encart dédié à la « Billetterie & boutique »

Celui-ci permet de questionner le visiteur sur les services de billetterie proposés à l'office de tourisme. Ces questions nécessiteront pour 2023, une reformulation pour mieux distinguer les services de billetterie (AVR) et OT qui ont été mal différenciés cette année.

### Si vous avez profité de nos services billetterie, en êtes-vous satisfait ?



### Ce qui vous a séduit, c'est plutôt :



"Très bien que l'Office propose des timbres surtout le dimanche"

A souligner : Première année d'étude de satisfaction liée à la billetterie. 107 réponses aux questions liées à notre billetterie OT.

**3% des visiteurs sont venus pour la billetterie, comparé à - de 1% en 2021.**

- Les fiches de suggestions et remarques (remplies à l'accueil, reçues par e-mail, réseaux sociaux, courrier, téléphone et remarques orales consignées dans un tableau de bord) : 26 remarques et suggestions notées. 7 pour Sites de visite (croisières découvertes en septembre), 7 pour les randonnées vélo/ pédestres, 2 pour l'office de tourisme, 5 pour les services autres (ville, Carène, Stran, festival les Escales).
- Les réclamations (fiches remplies à l'accueil, reçues par e-mail, réseaux sociaux, téléphone) : 18 écrites et 14 reçues à l'oral ont été traitées 8 concernent le Groupe Qualité Mobilités Douces, 3 concernent les socio-professionnels, 13 concernent la Base, les sites, 8 concernent la Touristicité)
- Sur les réseaux : les notes cette année, reflètent moins les services de l'Office de tourisme que la destination Saint-Nazaire Renversantes et ses visites.

**4.5 sur TripAdvisor**

**4.2 sur Google**

#### 4.1.7. Les croisières : 2 accueil d'escale(s) de paquebot :

## Deux escales de Paquebot - 14 mai et 15 Juin

### 14 Mai :

150 passagers à bord du bateau :  
**54** personnes transportées vers le centre-ville, essentiellement des personnes âgées.  
 Documents donnés : **40** exemplaires de plans anglais/allemands et **40** incontournables allemands.



Les + de l'action : Des passagers intéressés et ravis d'avoir reçu des plans.



### 15 Juin :

800 passagers à bord du bateau :  
**350** personnes transportées vers le centre-ville entre 9h30 et 16h30, avec 2 navettes en roulement.  
 Documents donnés : **300** exemplaires de plans anglais/allemands et **300** incontournables allemands.

Les + de l'action : Des passagers contents d'avoir pu découvrir la ville et le front de mer, flâner dans les rues commerçantes et profiter des sites de visites.



## 4.2. Le marketing, la promotion, la communication et la presse

Pour remplir les objectifs globaux, de notoriété, de fréquentation, de chiffre d'affaires et de taux de satisfaction des visiteurs, le service communication / marketing déploie un plan d'actions ambitieux combinant des actions complémentaires faisant la part belle au digital.

>> **Une action sociale qui s'installe sur le long terme : un observatoire des publics pour une meilleure connaissance des clientèles.**

- En 2022, nous avons poursuivi l'évaluation de la satisfaction des clientèles à travers deux dispositifs principaux :
  - Une enquête de satisfaction envoyée par e-mail après chaque visite.
  - Des bornes proposant l'enquête de satisfaction à la sortie de la visite d'Escal'Atlantic, à l'écluse fortifiée et à l'Ecomusée : 3 627 questionnaires réceptionnés en 2022 (contre 2 283 en 2021).

La satisfaction est également largement suivie depuis le web, essentiellement sur les sites d'avis Tripadvisor et Google My Business. Les avis déposés sont tous lus par le digital manager de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Une attention est systématiquement apportée aux avis et une réponse est formulée si nécessaire. En 2022, près de 1 600 avis et commentaires ont été déposés sur nos différentes plateformes digitales.

>> **Actions de promotion et de communication off line**

- **Affichage dans l'espace urbain**

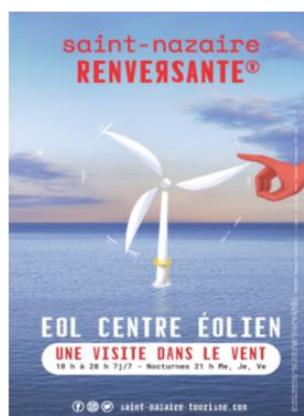
Les campagnes d'affichage servent deux objectifs : la notoriété de la destination et la promotion de l'offre de visites. La période, les réseaux, les cibles, les messages varient en fonction de ces objectifs.

En 2022, les campagnes d'affichage se sont articulées en plusieurs périodes : en avril/mai pour la promotion de la destination et en été, Toussaint et Noël pour la promotion de l'offre de visites.

Au total, nous avons diffusé 7 visuels produits par le Studio Katra, 3 visuels pour la campagne destination et 4 visuels pour la promotion des sites de visite.

. **Budget 2022 : 189 563€ HT**

. Voir détails pages 10 et 11



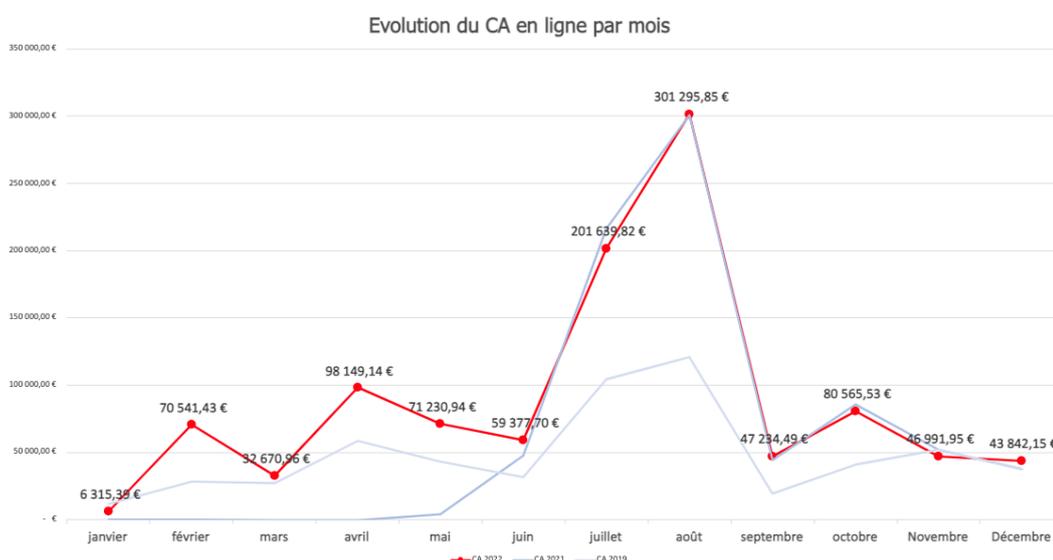


## >> Actions de promotion et de communication digitales (budget : 38 000 €)

Après 2 ans de contexte sanitaire incertain, l'année 2022 a constitué un retour à la normale. Pour autant, de nouvelles tendances observées dans ce contexte se confirment et le digital permet de s'adapter et d'accompagner ces mutations. Un fait remarquable : l'augmentation considérable des réservations en ligne, jusqu'à près de 70% l'été, à la faveur bien-sûr, aussi, des visites à jauges et à créneaux.

- **LE SITE WEB DESTINATION. Un travail de fond sur la mise à jour, l'enrichissement et le renouvellement des contenus est assuré tout au long de l'année. Ce travail conséquent est tout à fait stratégique : il permet de répondre au mieux aux enjeux de référencement naturel, aux nouvelles attentes touristiques et à la croissance importante des réservations en ligne.**
  - Travail soutenu sur la quasi-totalité des contenus : mises à jour, enrichissement, création de nouvelles pages et sur toutes les thématiques : les visites, les itinérances (ville, patrimoine, mer, port, nature) et la préparation du séjour. Exemple d'interventions de contenus : les mobilités douces (rando à pied et à vélo), les pages relatives à la Brière, les activités à faire sur la destination à chaque période de vacances scolaires et en hiver, les vacances durables, les vacances accessibles, la Saison patrimoine, construction navale et départ de paquebots, la destination en images, les communes de l'Agglomération...
  - Tout un travail de fond sur la question du référencement naturel : audit, travail sur les contenus pour optimiser et améliorer la visibilité des contenus du site web sur les moteurs de recherche pour chacune des requêtes les plus pertinentes.
  - 660 000 visiteurs uniques pour un total de 2 245 000 pages vues.
  - 120 100 billets vendus en ligne pour un chiffre d'affaires généré en ligne de 1 060 000 € HT, soit une progression de 34 % par rapport à 2021.
  - Les transactions via mobile sont passées de 35% en 2019 à plus de 67% en 2022 (69% au cours de l'été).

Produit	Quantité
1. Sous-Marin Espadon	38,38 %
2. EscalAtlantic	18,14 %
3. Chantiers de l'Atlantique	16,12 %
4. Pass Embarquement : Chantiers Navals + EscalAtlantic	3,65 %
5. Pass Ecluse : Espadon + EOL	2,85 %
6. Pass 4 Sites	2,06 %
7. Croisière "Saint-Nazaire sur Mer"	1,89 %
8. EOL Centre éolien	1,66 %
9. Airbus Atlantic	1,25 %
10. Espadon submarine	1,22 %
11. Ecomusée de Saint-Nazaire	1,19 %
12. EscalAtlantic: La Grande Traversée	1,14 %
13. Pass Transat' : EscalAtlantic + Ecomusée	0,9 %
14. Visite guidée base Sous-Marine	0,89 %
15. Grand Port Maritime	0,59 %
16. UllBoot Espadon	0,48 %
17. De onderzeeër Espadon	0,45 %
18. Tumulus de Dissignac	0,45 %
19. EOL, la visite guidée	0,38 %
20. El submarino Espadon	0,34 %
Total général	100 %



- **LES RESEAUX SOCIAUX. Une montée en puissance :**
  - **Sur Facebook :** 31 227 fans (+ 14 %), 150 000 personnes touchées en moyenne par mois.
  - **Sur Instagram :** 12 533 abonnés (+ 19 %), 81 000 personnes touchées en moyenne chaque mois.
  - **Sur LinkedIn :** 10 000 abonnés (+80%).
  - **Sur Twitter :** 2 368 abonnés (+ 5 %). Pour ce réseau social : une approche surtout B2B et une communication ciblée auprès des influenceurs et relais d'influence.

## Best Of Facebook



237 K pers. touchées

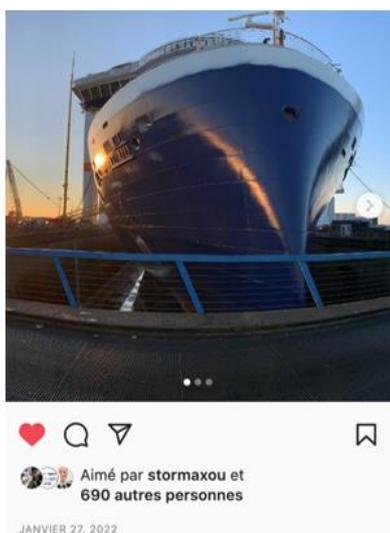


199 K pers. touchées



105 K pers. touchées

## Best Of Instagram



14 K pers. touchées



13 K pers. touchées



12 K pers. touchées

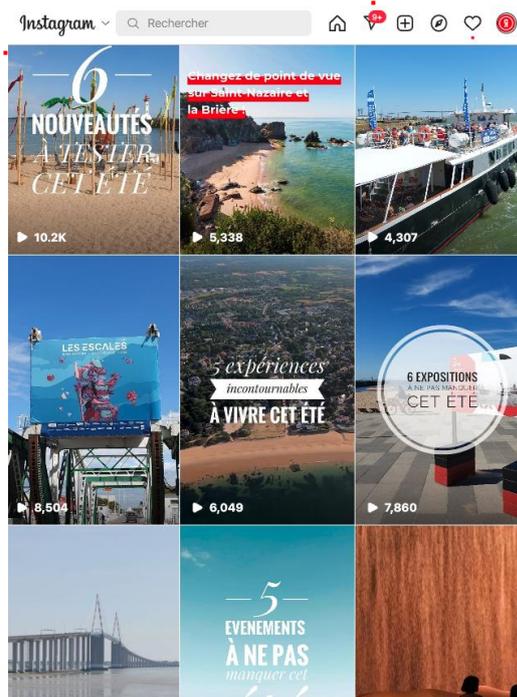
**Zoom sur 4 actions :**

**# Les Portraits Renversants :** des portraits vidéos de personnalités connues ou moins connues révélant tout particulièrement le territoire. Portraits vidéo de grande qualité et réalisés en interne. **Deux portraits réalisés en 2022 :** le portrait de Kate McCue, Capitaine du *Celebrity Beyond* et le portrait de Jean-Henri Pagnon, fameux coutelier en Brière travaillant le morta.

**# Les live Facebook.** Cette modalité d'intervention devient une véritable signature de l'équipe communication de Saint-Nazaire Renversante. Il s'agit de couvrir en live sur les réseaux sociaux des événements majeurs de la destination et à forte valeur ajoutée. Principalement en 2022 : les départs du *Celebrity Beyond* et du *World Europa*. Joli succès à chaque fois : près de 30 000 personnes touchées à chaque fois. Ces live permettent à nos communautés de suivre ces événements de façon privilégiée et avec des points de vue exceptionnels.

**# Nouveaux clips vidéo de promo des visites.** Un parti-pris artistique fort avec de très belles images soutenues par un slam écrit par un artiste reconnu, Nicolas Séguy, révélant toute la force des visites et du territoire. Un tournage au printemps qui a permis de mobiliser les habitants du territoire qui en devenant figurants sont devenus ambassadeurs de la destination. **109 000 vues sur les plateformes Youtube et Facebook.**

**# Les nouveaux formats sur les réseaux sociaux.** L'année 2022 a également été l'occasion de poursuivre la publication sur les réseaux sociaux des nouveaux formats : stories, TikTok et Réels. Notamment tout l'été avec une présence renforcée sur le terrain pour couvrir les nombreux événements estivaux : expositions, festivals, Saint-Nazaire côté plages, Les Escalles, les croisières découvertes... **+ de 100 000 vues pour les réels et TikTok !**



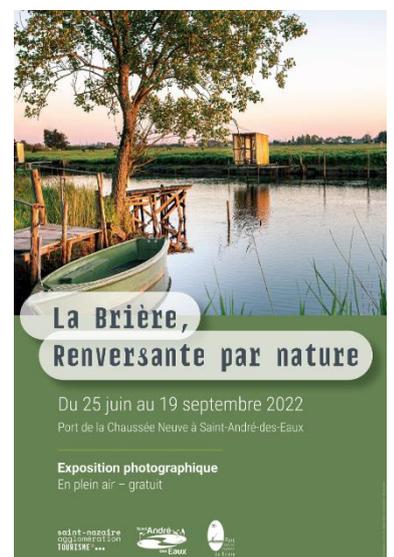
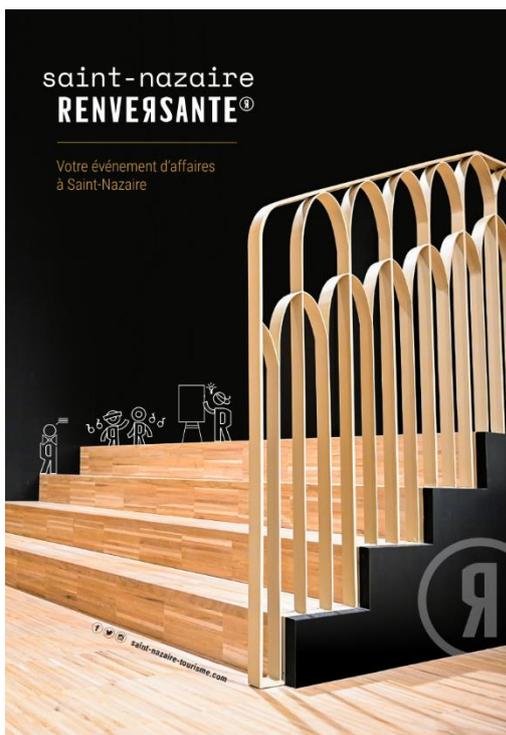
**Portrait en or**  
La Brière est une petite terre très sauvage ... en termes de faune, de flore, de luminosité, de contrastes en fonction des saisons (...) C'est une terre qui apporte son lot de spectacle de façon quasiment quotidienne (...) et ça, c'est une vraie richesse (...)  
Pourquoi aller ailleurs ?

- **LA PUBLICITE EN LIGNE. Une stratégie offensive qui a permis d’adapter les campagnes publicitaires au jour le jour et en fonction du niveau de remplissage des visites et de communiquer en dehors des supports traditionnels.**
  - **Sur Facebook** : un budget investit de 17 700€, un ciblage national, régional et local, pour promouvoir la destination et les visites, plus de 8M de vues, plus de 65 000 clics et 1 920 commandes générées.
  - **Sur le web et les moteurs de recherche (Google)** : une stratégie musclée de web marketing, en *search* (recherches des internautes) et en *display* (bannières publicitaires). Un budget de 10 500€, une vingtaine de campagnes différentes pour un total de 3 700 000 impressions, 77 800 clics et 410 conversions. Les campagnes les plus performantes : les « 10 visites incontournables à faire en Loire Atlantique », les croisières découvertes et les requêtes liées à ce qu’il y a à voir/à faire associé au nom des villes touristiques aux alentours.
- **La GRC (Gestion de la Relation Client)**
  - Environ 50 campagnes ponctuelles ou permanentes à destination du grand public et des professionnels.
  - De plusieurs natures : informations, notamment au moment des vacances scolaires, rappel des visites à venir, remerciements après une visite, marketing.
  - Pour les informations dédiées à la promotion des visites : près de 30 000 envois à chaque newsletter.
  - Taux d’ouverture très bon situés entre 30 % et 50 % et taux de clic entre 4% et 7%. Ces taux ont tendance à gagner en performance dans le cadre des news affinitaires comme la thématique patrimoine.

#### >> La production des supports - budget 94 720 €

L’année 2022 a de nouveau été une année de production soutenue. Les supports sont nombreux et variés. De nouveaux supports : un guide touristique « destination » synthétique en 5 langues étrangères : anglais, allemand, néerlandais, espagnol et italien, une brochure de promotion du tourisme d’affaires, une brochure de promotion de l’offre pour les scolaires, le guide partenaires

- **201 dossiers traités** sur l’ensemble de l’année (visites, patrimoine, destination, médiation, administratif, déploiement de la marque...).
- **Pour accompagner l’ensemble de nos missions** : la promotion, l’exploitation des sites de visite, la médiation, l’administratif.
- **Notamment :**
  - **Le guide des visites** - 380 000 ex.
  - **Le guide touristique de la destination en français** - 25 000 ex.
  - **La brochure à l’attention des groupes adultes** – 1 500 ex.
  - **La brochure à l’attention des scolaires** - 1 500 ex.
  - **La brochure dédiée à la promotion du tourisme d’affaires** - 1 000 ex.
  - **Les dépliant déclinant le programme de la Saison patrimoine** – plus de 20 000 ex.
  - **Et aussi** : dossiers de presse, plans, affiches, flyers, cartes à gratter, kakémonos, panneaux informatifs, insertions pubs, goodies, supports numériques, outils de médiation...
  - **Un temps fort : l’exposition dédiée au paquebot France**



## >> La Presse

Concernant les relations avec la presse et les influenceurs, l'année 2022 a été marquée par une très belle reprise des accueils de presse.

- **Dossiers et communiqués de presse :**
  - **3 dossiers de presse majeurs** : de la destination (annuel, en français), 60<sup>e</sup> anniversaire de mise en service du paquebot France et bilan de saison estivale.
  - **18 communiqués de presse réguliers** : que faire pendant les vacances, les pépites de Saint-Nazaire Renversante, un week-end à Saint-Nazaire...
  
- **9 conférences et points presse en 9 mois :**
  - Rencontre avec une restauratrice Musée de France : Anne Jacquin (19 janvier 2022)
  - Suite et visite du chantier du sous-marin Espadon (27 janvier 2022)
  - Lancement de la Saison patrimoine (17 mars 2022)
  - Inauguration de l'exposition sur le paquebot France (24 mai 2022)
  - Lancement de saison estivale et déploiement des audioguides en versions étrangères (6 juillet 2022)
  - Bilan de saison estivale (23 août 2022)
  - Présentation des Journées Européennes du Patrimoine avec les partenaires (Service patrimoine de la Ville, ...) (12 septembre 2022)
  - Lancement de l'ouvrage « Normandie, un rêve français » (3 novembre 2022)
  - Présentation de la programmation du week-end « Traversée en famille » (8 novembre 2022)
  - Présentation de l'offre pédagogique aux enseignants et à la presse (23 novembre 2022)
  
- **25 accueils de presse/influenceurs, 10 nationalités**, en partenariat avec Loire Atlantique Développement, Solutions & Co et Traversée moderne d'un vieux pays. UN RECORD ! Notamment :
  - Quelle Histoire magazine (jeunesse) et Le Monde du Camping-Car – FRANCE/JANVIER #TheDesk (MB)
  - Association Abijat (association de journalistes, accueillis par la Ville) – FRANCE/JANVIER (PS)
  - Irish Times – IRLANDE/FEVRIER #TMVP (AG)
  - La dernière heure + La libre – BELGIQUE/MARS #Solutions&Co (MB)
  - El Pais Web – ESPAGNE/AVRIL #Solutions&Co (AC)
  - La France Agricole – FRANCE/AVRIL #SNAT (MB)
  - Familygo.eu – ITALIE/MAI #TMVP (WH+MB)
  - Groupe journalistes néerlandais – PAYSBAS/MAI #Atlantikkuste (MB)
  - Groupe blogueurs avec le VAN – JUIN #Estuaire (AG)
  - Elle et Elle Gourmet – ESPAGNE/JUIN #Solutions&Co (MB)
  - Le Figaro Magazine – FRANCE/JUIN #SNAT (MB)
  - Pasar/Campertijd – BELGIQUE/JUIN #Solutions&Co (PS)
  - Van loo – PAYSBAS/JUIN #TMVP
  - Trend – AUTRICHE/JUIN #TMVP (MB)
  - Wunderschon – ALLEMAGNE/JUIN #Solutions&Co
  - Le Figaro – FRANCE/JUILLET #SNAT (MB)
  - Meet&travel mag – FRANCE/JUILLET #SNAT (AL+AG)
  - Touring – ITALIE/JUILLET #SNAT
  - Le Figaro Magazine – FRANCE/AOUT #SNAT (AG)
  - L'Est Républicain - FRANCE/AOUT #SNAT (AG)
  - Mechtraveller + Maryanne – ANGLETERRE/AOUT #SNAT (MB)
  - Meersmaak – BELGIQUE/SEPTEMBRE #Solutions&Co (MB)
  - Racvn – ESPAGNE/SEPTEMBRE #TMVP (MB)
  - Ulla Wiegand – ALLEMAGNE/SEPTEMBRE #Solutions&Co (MB+AK)
  - Groupe journalistes coréens – COREE/SEPTEMBRE #TMVP (MB)

- **Retombées presse : 180/200 retombées presse en 2022**
  - **Dans la presse écrite : environ 150 articles (contre 92 en 2021)**
    - Toujours bien relayé par la presse locale (Ouest France, Presse Océan, l’Echo,)
    - Des articles dans la presse nationale (Le Figaro, Le Figaro Magazine, Science et avenir, camping-car magazine, Le monde du camping-car, La France agricole) et dans la presse internationale (Femmes d’aujourd’hui, The guardian, Il giornale di Vincenza, Trend, El pais, Elle gourmet) grâce aux accueils presse
  - **A la radio 🎵**
    - Interviews réguliers avec France Bleu Loire Océan : la minute de l’office de tourisme, chaque vendredi, presque toute l’année, à 11h50 ou 16h05, en direct (45 passages antennes) // Un objet, une histoire, 1 mercredi par mois, de septembre à mai, à 9h25, en direct, saison 2 (9 passages antennes).
    - Un plateau France Bleu en direct de l’Espadon au cœur des vacances scolaires le 25 octobre.
    - Chaque semaine, l’été, avec Radio France Bleu Loire Océan.
    - Interviews ponctuels : France Bleu Loire Océan (la minute éco, les sorties, ...), Kernews (agenda des sorties), NRJ (matinale, décrochage Saint-Nazaire), La Tribu, Radio Fidélité, RCF.
  - **Sur le petit écran : passages télévision**
    - France 3 (Journal régional et « Vous êtes formidables »)
    - Télénantes



### 4.3. Les partenariats engagés au cours de l'année 2022

La SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est engagée par des partenariats de deux natures :

- . avec les entités homologues locales,
- . par une adhésion aux réseaux professionnels régionaux et nationaux.

#### 4.3.1. Les partenariats avec les entités homologues locales

Il s'agit de coopérations non formalisées en direct avec les Offices du Tourisme du territoire, de groupement de commandes pour des opérations mutualisées, en cohérence avec la dynamique des collectivités de tutelle. En 2022, les coopérations suivantes ont été menées :

- **Avec la SPL Pornichet la destination**, ce sont des relations permanentes qui sont entretenues entre les équipes, au titre de l'Office de Tourisme ou en faveur du développement du tourisme d'affaires. La SPL Pornichet la destination est intégrée au groupe qualité des circulations douces piloté par Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.
- **Avec la SPL Office de Tourisme La Baule – Presqu'île de Guérande**, ce sont des relations régulières entre la Direction et les équipes de l'Office de Tourisme sur des sujets stratégiques ou opérationnels à l'instar des rencontres avec les Greeters (voir mission Office de Tourisme Intercommunal), d'accueils de presse mutualisés...
- **A l'échelle du territoire Bretagne Loire Océan** (de la Vilaine à Pornic), impliquant les collectivités de tutelle dans le cadre d'un contrat de destination signé avec la Région Bretagne :
  - Etude stratégique et opérationnelle sur les coopérations à mener entre territoire.
  - Mise en place de l'étude des flux touristiques avec Orange Flux vision (voir focus rubrique Indicateurs).
- **Avec le Voyage à Nantes**
  - Parcours Estuaire Nantes <> Saint-Nazaire : le paysage, l'art et le fleuve.
  - La Traversée moderne d'un vieux pays est un concept impulsé en 2018 avec pour objectif de promouvoir la destination auprès des marchés étrangers, de générer des retombées économiques et sociales sur les territoires, d'utiliser la complémentarité et la singularité des territoires valorisés sous une même bannière. La crise sanitaire a imposé depuis 2020 la réorientation du projet avec une promotion forte de l'itinéraire auprès des clientèles françaises et des marchés étrangers de proximité. 2022 a également permis de poursuivre et de renforcer tout le travail engagé sur la dimension cycliste du parcours. En 2022 une expertise est menée pour évaluer la faisabilité d'une version pédestre.

Nantes, Saint-Nazaire,  
Rennes, Saint-Malo,  
jusqu'au Mont-Saint-Michel

## TRAVERSÉE MODERNE D'UN VIEUX PAYS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

NOUVEAUTÉ : NANTES <> LE MONT-SAINT-MICHEL À VÉLO



#### CONTACTS PRESSE

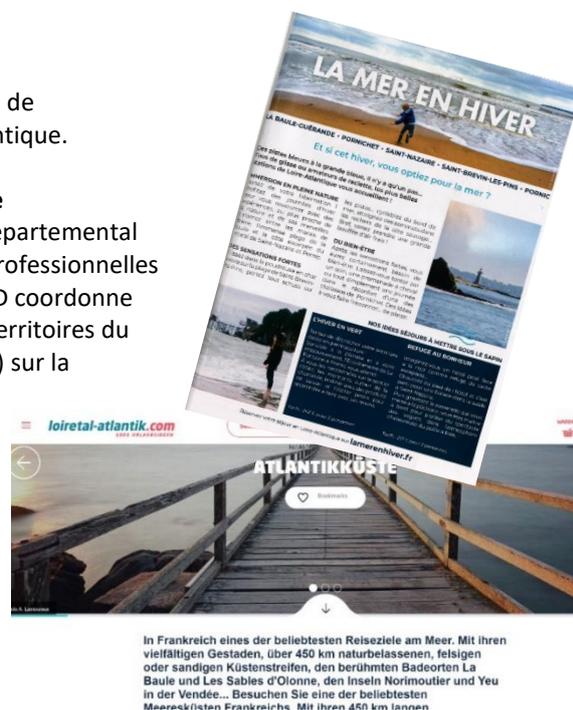
NANTES METROPOLE : SERVICE PRESSE 02 40 99 87 06  
LE VOYAGE À NANTES : EUGÈNE BARDET EUGÈNE.BARDET@NANTES.FR  
SAINT-NAZAIRE AGGLOMÉRATION TOURISME : MARIE BIBARD BIBARD@SAINT-NAZAIRE-TOURISME.COM  
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL SAINT-MALO BÂSE DU MONT-SAINT-MICHEL : VIRGINE LIZON V.LIZON@SAINT-MALO-TOURISME.COM  
DESTINATION RENNES : VINCENT AUBREY V.AUBREY@DESTINATIONRENNES.COM



- **Avec le département de Loire-Atlantique**

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est signataire de la charte de développement durable du Conseil départemental de Loire-Atlantique.

La coopération est également permanente **avec Loire-Atlantique Développement (LAD)**, l'opérateur touristique pour le Conseil départemental de Loire-Atlantique. Des opérations collectives et des relations professionnelles sont régulièrement programmées, notamment les Instants T. LAD coordonne également une démarche de promotion mutualisée à plusieurs territoires du littoral (Saint-Nazaire, Pornic, Saint-Brevin, La Baule et Pornichet) sur la thématique « **La mer en hiver** ». Cette promotion commune donnant lieu à un cofinancement s'articule autour de plusieurs actions : affichage urbain print et digital, insertions dans la presse nationale, articles dans Ouest France, publicités sur France Bleu Loire Océan, un site web dédié, l'accueil de bloggeurs, publications sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, une convention est établie entre la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme et Loire-Atlantique Développement, relative au programme de promotion sur les marchés allemand et néerlandais « **Atlantikküste** » associant la région Pays de la Loire et la Nouvelle Aquitaine.



- **Avec la région des Pays de la Loire et l'agence de développement Solutions&Co**

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme participe régulièrement aux actions de concertation menées par le Conseil régional des Pays de la Loire et ses deux opérateurs touristiques. Par le statut de SPL, le Directeur de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme est intégré au Conseil d'administration du Comité régional du Tourisme des Pays de la Loire.

En 2022, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a poursuivi son adhésion à plusieurs dispositifs régionaux, dont :

- . « vogue & vague » pour promouvoir l'offre de croisière et la destination sur le positionnement du nautisme.
- . « Atlantikküste » (voir ci-dessus avec le département).
- . l'e.pass jeunes Pays de la Loire pour permettre aux jeunes de profiter de leur crédit alloué par la région pour visiter les sites et visites de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.



### 4.3.2. Les adhésions aux groupements et fédérations

La diversité de ses missions conduit la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme à adhérer aux réseaux régionaux et nationaux ci-dessous.

**Au titre des visites d'entreprise avec les Chantiers de l'Atlantique, AIRBUS et Grand port maritime, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme adhère à deux associations.**

- L'association régionale des Pays de la Loire « Visitez nos entreprises », en faveur de la qualité et de la promotion des visites d'entreprises. L'association permet d'accéder au label Qualité Tourisme®, de bénéficier d'une promotion régionale, de s'inscrire dans la programmation des journées régionales de la visite d'entreprise.
- L'association nationale « Entreprise et découverte » en faveur du développement et du rayonnement national et international du tourisme des savoir-faire français. Dans ce cadre, les visites d'AIRBUS et des Chantiers de l'Atlantique sont intégrées au label « savoir-faire d'excellence » soutenu par le Ministère des Affaires étrangères et de l'Europe.



### Au titre de la mission Office de Tourisme intercommunal

- Adhésion au nouveau Relai Territorial des Offices de Tourisme Pays de la Loire | Anjou – Loire-Atlantique – Mayenne – Sarthe - Vendée. En proie à une dissolution fin 2021, la fédération a été maintenue par un nouveau Conseil d'administration dont la présidence, faute de candidats, est assurée par Pierre SABOURAUD en qualité de Directeur de l'Office de Tourisme intercommunal de Saint-Nazaire. Les missions du Relai territorial est d'assurer une représentation des Offices de Tourisme de l'échelon local à l'échelon national, de mener des actions de partage d'expériences, de créer des partenariats pour faciliter les formations.
- Adhésion à ADN Tourisme, organisme institutionnel fruit de la fusion des fédérations représentatives des Offices de Tourisme de France, des Comités départementaux de tourisme et des Comités régionaux de tourisme.  
Ses missions concernent le lobbying, l'accompagnement juridique et stratégique des métiers du tourisme, la programmation de réunions techniques de partage d'expériences ainsi que des programmes de formation.  
L'année 2022 fut marquée par le changement de Conseil d'administration et l'élection de François de CANSON, Président. Afin d'assurer la représentation d'un Office de Tourisme d'une agglomération de moins de 250.000 habitants, Pierre SABOURAUD a été sollicité et élu au sein du nouveau Conseil d'administration.



- Enfin la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme adhère à la Fédération nationale des EPL et SPL.



#### 4.4. Les démarches qualité et les labels

Le projet d'entreprise fixe un taux de satisfaction des visiteurs à atteindre de 90 %. Dans ce cadre, il est impératif de s'appuyer sur les labels de qualité. Ce sont des outils de référence adaptés en permanence aux évolutions de la société. Ils constituent des leviers de management et d'accompagnement des équipes au quotidien.

Récapitulatif des labels obtenus avec les dates de renouvellement.

Labels	Services détenteurs	Echéances de renouvellement
	Escal'Atlantic	2025
	Sous-marin Espadon	2025
	Ecomusée	2025
	Visites AIRBUS	2025
	Visites du Grand port maritime	2023
	Office de Tourisme intercommunal	2023
	Chantiers de l'Atlantique	2025
	EOL	2025

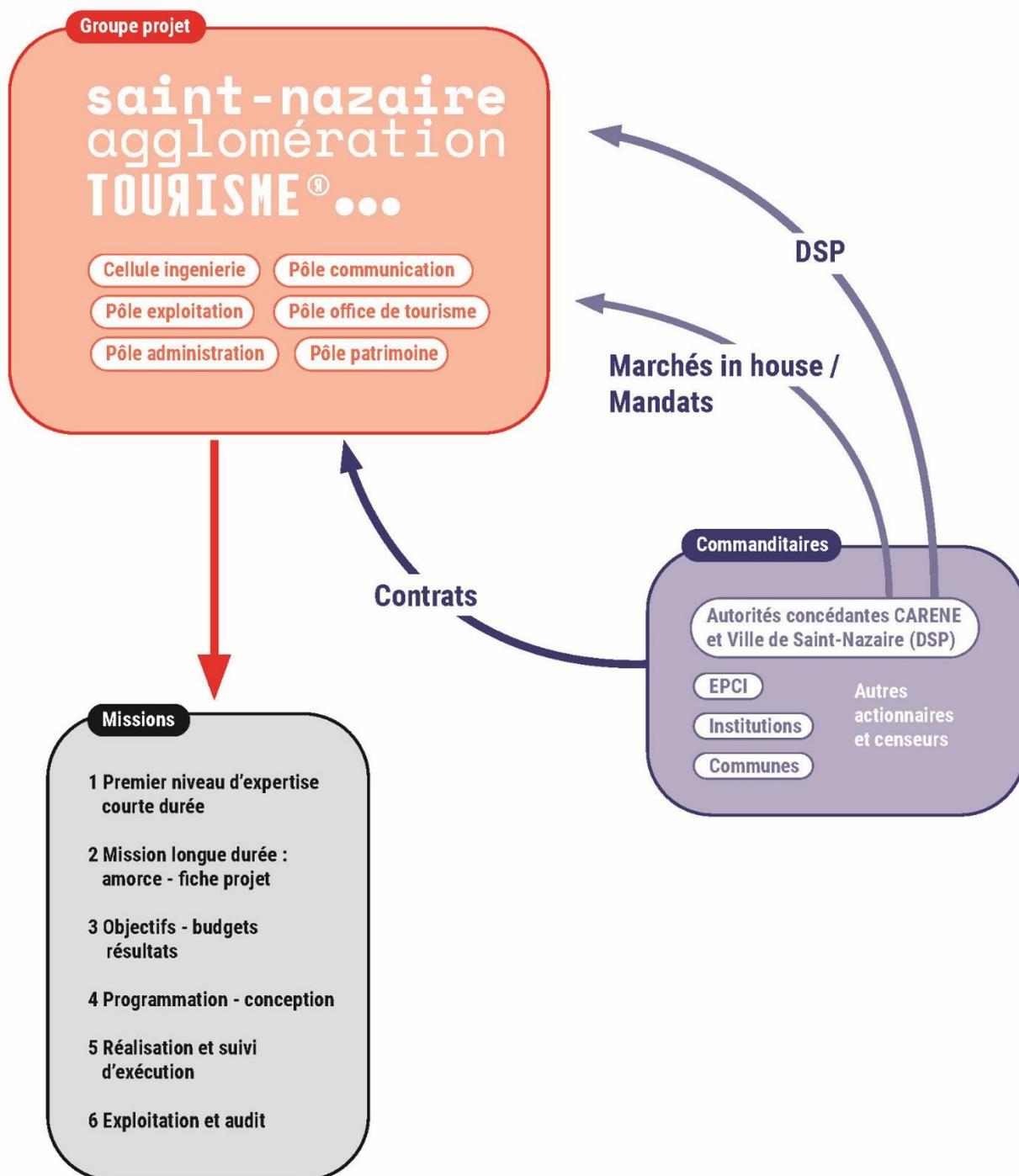
Les audits de renouvellement ont eu lieu en 2022 :

	Escal'Atlantic	2025
	Sous-marin Espadon	2025
	Ecomusée	2025
	Office de Tourisme	2025
	Bureau d'Information Saint-André-des-Eaux	2025

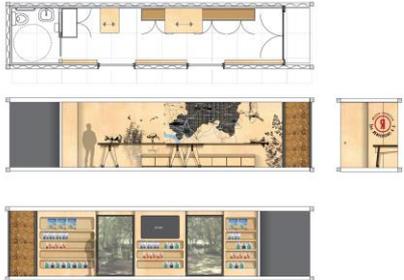
#### 4.5. Les actions d'ingénierie à destination des actionnaires

Les différentes missions d'ingénierie impulsées, menées et terminées en 2022 sont classées ci-dessous en fonction des commanditaires. Les missions qui ne relèvent pas de la Délégation de Service Public font l'objet d'un mandat spécifique avec règlement des prestations. L'année 2022 a été marquée par le lancement de la démarche RSE, inscrite au projet d'entreprise, pilotée conjointement avec le pôle exploitation.

#### UNE CELLULE INGENIERIE AU SERVICE DES PROJETS



**Pour les communes de la CARENE et les partenaires privés via contrat**

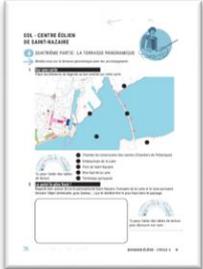
Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<p><b>Mise en valeur du site de la Chaussée-Neuve pour la commune de Saint-André-des-Eaux.</b></p>	<p>Mission menée avec le Parc naturel régional de Brière comprenant une phase étude, diagnostic, préconisation pour la mise en valeur touristique et environnementale du site.</p>	<p>Etude terminée et présentée en 2021/2022. Etude de maîtrise d'œuvre en cours sur le site. Prolongation avec le projet du Tiny Office</p>	
<p><b>Conception et réalisation d'un Tiny Office pour le site de la Chaussée Neuve</b></p>	<p>Conception, réalisation et écriture des contenus pour un accueil touristique innovant nommé « Tiny Office » sur le site de la Chaussée neuve, à Saint-André-des-Eaux</p>	<p>Ecriture du cahier des charges : février-avril 2022 Consultation : mai-juillet 2022 Début du travail de réalisation : septembre 2022. Livraison : juillet 2023.</p>	
<p><b>Etude de mise en valeur touristique sur le Domaine de l'Ormois à Montoir-de-Bretagne</b></p>	<p>Mission d'étude du potentiel touristique et de programmation de mise en valeur du domaine de l'Ormois, manoir du XVIIe siècle et témoin de l'histoire de la commune.</p>	<p>Mission terminée et livrée en mars 2022. Le relais a été passé à une équipe de maîtrise d'œuvre sélectionnée par la commune pour un projet de valorisation du site.</p>	
<p><b>Dispositif de médiation complémentaire</b></p> <p><b>Parc éolien et biodiversité pour EOL</b></p>	<p>Création d'un mobilier spécifique supplémentaire concernant la thématique de l'éolien en mer et de ses impacts pour EOL – Centre éolien via un financement d'EDF-Renouvelables.</p>	<p>Conception : janvier-mai 2022 Réalisation : Mai-juillet 2022 Installation : Juillet 2022</p>	

**Pour la CARENE via mandats spécifiques**

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<b>Conception et réalisation d'une nouvelle signalétique pour l'ensemble fortifié de Saint-Nazaire</b>	Mission de création collaborative d'une nouvelle signalétique d'information, d'orientation et de signalisation pour les équipements de la base sous-marine et de l'écluse fortifiée de Saint-Nazaire.	Définition du programme définitif avec les acteurs du site. Commande et mise en place de prototypes et test in situ : numéros d'alvéoles. Livraison pour juillet 2023.	
<b>Conception et réalisation d'une nouvelle signalétique renversante pour la Place Sépard</b>	Création et réalisation d'une signalétique « renversante » d'accueil touristique sur la place Sépard à Saint-Nazaire	Avril 2022 : abandon de la mission sur décision du mandataire. Remplacement par une signalétique légère. Livraison avril 2023.	
<b>Conception et suivi de chantier de 4 fresques sur les châteaux d'eau de la CARENE</b>	Mission de conception graphique d'un habillage graphique « renversant » sur les châteaux d'eau appartenant à la CARENE.  Premier château d'eau concerné : Cordonnais (Montoir-de-Bretagne)	Travaux de réalisation : janvier à juin 2022. Livraison de la première fresque : juin 2022.	

**Dans la mission ingénierie de la Délégation de Service Public**

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<b>Suivi et animation de la mise en tourisme sur le port de Rozé (Saint-Malo-de-Guersac)</b>	Mission de mise en tourisme et de suivi du site de Rozé. Réunions d'animation régulières (3 / an) avec les acteurs et animateurs du site.	Suivi et mise en application de la charte des usages. Suivi et veille sur l'état du site. Suivi et programmation des animations	
<b>Suivi de la mise en tourisme sur le site de Fédrun (Saint-Joachim)</b>	Mission de mise en tourisme et de suivi de valorisation de l'île de Fédrun.	Accompagnement à la mission de consultations publiques (octobre-décembre 2022) Choix de la maîtrise d'œuvre (septembre 2022)	

<p><b>Mission Saisonnalité touristique</b></p>	<p>Mission de coordination et de pilotage d'une cellule trans-services consacrée à tous les aspects de la saisonnalité touristique de Saint-Nazaire.</p>	<p>Deux réunions consacrées à la préparation et au bilan de la saison touristique. Mission prolongée en 2023.</p>	
<p><b>Etude sur un schéma d'accueil pour une hospitalité maîtrisée des camping-cars sur le territoire de la CARENE</b></p>	<p>Etude sur l'accueil des camping-caristes sur le territoire de la CARENE. Diagnostic, état des lieux, préconisations et écriture d'un schéma d'accueil</p>	<p>Concertation avec les communes de la CARENE. Echanges approfondis avec Saint-Nazaire sur la question du parking du théâtre. Finalisation du schéma. Livraison : juin 2023.</p>	
<p><b>Conception et écriture des documents pédagogiques scolaires pour EOL – Centre éolien</b></p>	<p>Conception et écriture des documents de médiation à destination du public scolaire pour EOL Centre – éolien de Saint-Nazaire</p>	<p>Présentation aux enseignants en décembre 2022. 1 livret d'accompagnement pour les enseignants et des livrets spécifiques par niveaux pour les élèves avec explications.</p>	

## 5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine de la Ville de Saint-Nazaire

### Focus : le projet de centre de conservation muséale

Les actuelles réserves du musée ne sont pas aux normes de la conservation, saturées, mal commodes. Elles doivent être démolies dans les années à venir pour laisser place à un projet urbain d'envergure.

Les collections du Parc Naturel Régional de Brière portant également l'appellation musée de France ainsi qu'un fonds d'œuvres de la Ville de Saint-Nazaire connaissent les mêmes problématiques.

Un projet de centre de conservation muséale (CCM) mutualisé est engagé afin de sauvegarder les collections aux normes requises pour leur conservation à long terme.

Pour l'année :

- la responsable de pôle et la chargée des collections ont suivi une formation dédiée - « le chantier des collections en vue de leur déménagement », dispensée par l'Institut National du Patrimoine.
- les préalables au CCM et au chantier des collections : estimatif des besoins pour les collections de l'Écomusée, et par délégation spéciale, celles du fonds d'œuvres anciennes de Saint-Nazaire et celles du PNRB.

### Une logique : de l'item à ses besoins en rangement



→ Prévission d'achèvement fin avril 2023

### Une démarche : deux applications

L'estimatif des besoins pour :

- **le dossier de définition des besoins du CCM** – Production SNAT

Il récapitule les prescriptions pour un centre de conservation muséal aux normes musée de France, ainsi qu'une estimation des besoins, types d'espaces, fonctionnalités et de toutes les contraintes.

- **le déménagement, les conditionnements, les transports, les consolidations** des œuvres fragilisées

L'inventaire sommaire est achevé pour presque tous les lieux. La reprise des données et la projection en unités de rangement seront finalisées au premier trimestre 2023.

#### Reprise des données

##### Actualisation des cotes et matériaux des collections Écomusée

- 163 724 items (repris à ce jour) comprenant les fonds photos  
> restent à traiter plans et fonds conservés au CRD

##### Inventaire sommaire des cotes et matériaux des collections PNR

- 4 114 items (inventaire sommaire)  
> en cours, restent 1 162 items à traiter

##### Inventaire sommaire des cotes et matériaux de l'ancien fonds dit « muséal »

- 926 items (achevé + reprise des données)

## 5.1. La vie des œuvres : gestion, conservation, acquisition, diffusion

Enrichir le patrimoine, conserver les œuvres, construire la connaissance font partie des missions essentielles du musée. L'Écomusée de Saint-Nazaire présente 3 orientations majeures quant à ses collections et ses axes de travail :

- | La ville, territoire, histoire et société
- | Le patrimoine des paquebots construits à Saint-Nazaire
- | Le sous-marin *Espadon*



### Dernière phase de restauration du sous-marin *Espadon* – interventions des restaurateurs

- Nettoyage et traitement des corrosion des trappes et planchers en tranche torpilles
- Traitement de la corrosion des parties basses
- Mise au point d'un protocole de traitement des ressorts et éléments corrodés et formation des équipes du musée



Décollement du linoléum sous l'escalier en salle des torpilles



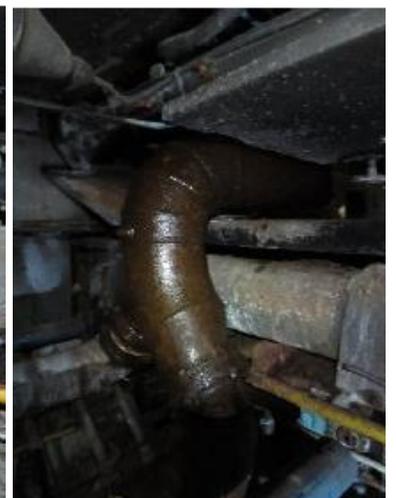
État du plancher avant intervention



État du plancher après intervention



Traitement de la corrosion des parties basses sous le plancher



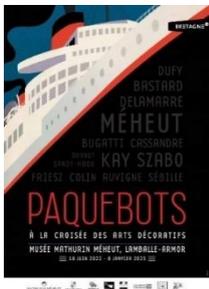
Avant/après intervention

### 5.1.1 Prêts d'œuvres

L'année 2022 a été marquée par une reprise significative des demandes de prêts. Quatre institutions françaises ont participé au rayonnement des collections de l'Écomusée de Saint-Nazaire, sur la thématique des paquebots. Ces œuvres ont permis d'aborder ce thème sous des angles très variés : la gastronomie à Dunkerque, les arts décoratifs à Lamballe et à Paris, et les marques et monogrammes à Nantes.

Lieu	Raison	Dates	Nbre d'œuvres
Musée Mathurin Méheut – Lamballe (22)	Exposition <i>Paquebots, à la croisée des arts décoratifs</i>	18 juin 2022 – 8 janvier 2023	9
Musée Portuaire - Dunkerque (59)	Exposition <i>À la table des géants</i>	30 juin 2022 – 5 mars 2023	24
Archives Départementales de Loire-Atlantique – Nantes (44)	Exposition <i>Signature(s)</i>	19 octobre 2022 – 14 avril 2023	12
Cité de l'Architecture et du Patrimoine – Paris (75)	Exposition <i>Art déco France / Amérique du Nord</i>	21 octobre 2022 – 6 mars 2023	2
<b>TOTAL</b>			<b>47</b>

*Paquebots  
à la croisée des arts décoratifs*  
**Musée Mathurin Méheut**  
Lamballe



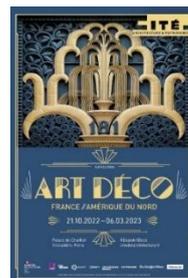
*À la table des géants*  
**Musée Portuaire**  
Dunkerque



*Signature.s*  
**Archives Départementales**  
de Loire-Atlantique  
Nantes



*Art déco France  
/ Amérique du Nord*  
**Cité de l'Architecture  
et du Patrimoine**  
Paris



### 5.1.2 Acquisitions

Par la Loi Musées de France de 2002, l'Écomusée doit poursuivre de façon raisonnée l'enrichissement des collections au profit du patrimoine d'intérêt local et national. **L'acquisition s'entend soit à titre onéreux, soit à titre gratuit sous forme de dons.**

Le patrimoine du musée bénéficie de deux statuts qui induisent des protections un peu différentes d'un point de vue du Code du patrimoine. Les deux sont bel et bien un patrimoine relevant du musée et procèdent ainsi d'une gestion antérieure qui devra à terme être résolue pour une meilleure gestion et protection des œuvres.

| Collections inscrites à l'inventaire  
*objets 3D et 2D, documents, photos, films...*

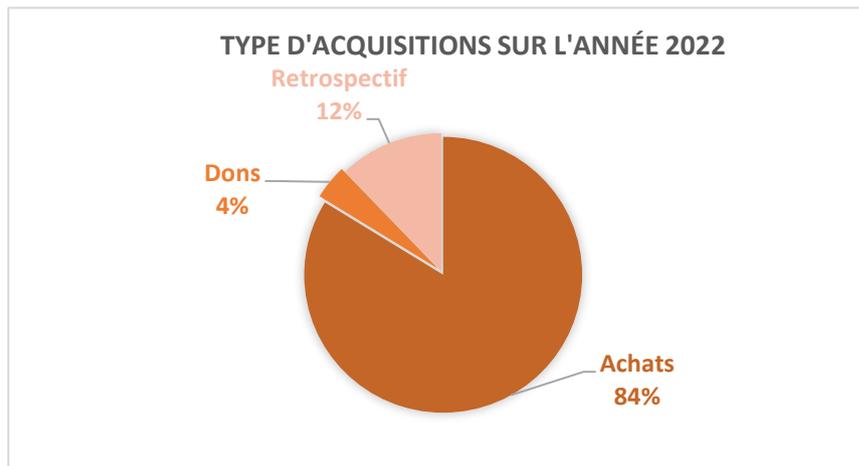
| Fonds patrimoniaux  
*photographies, plans, films, documents*

#### Acquisitions collections

- **32 achats** correspondant à 62 items, dont 37 en ventes publiques ;
- **3 dons** correspondant à 3 items ;
- 2 inscriptions à l'inventaire rétrospectif, 9 items

#### Acquisitions fonds patrimoniaux

- 362 nouvelles acquisitions de documents iconographiques**
- 45 cartes postales
  - 317 tirages photographiques



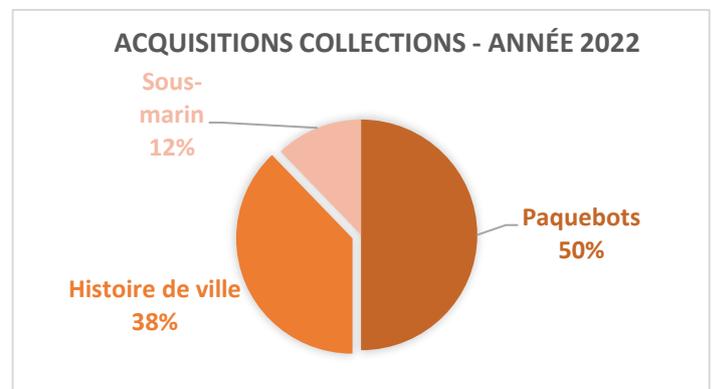
Pour l'année 2021, les achats en collections (hors frais) représentent un total de **5 913,78 €**.

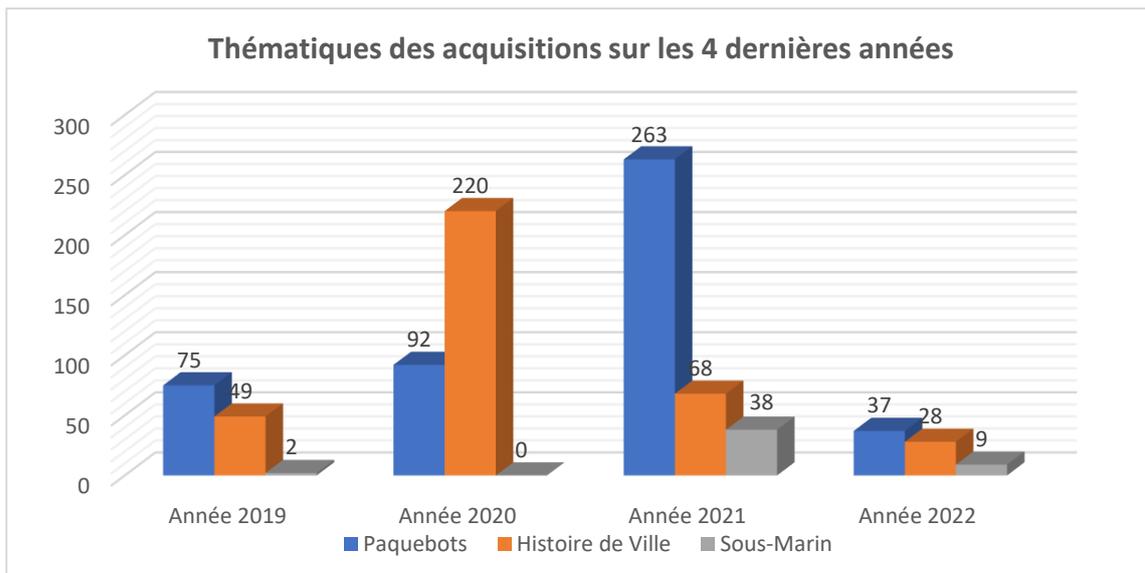
Tous frais compris, cette somme représente **6 510,64 €**.

#### Thématique des acquisitions

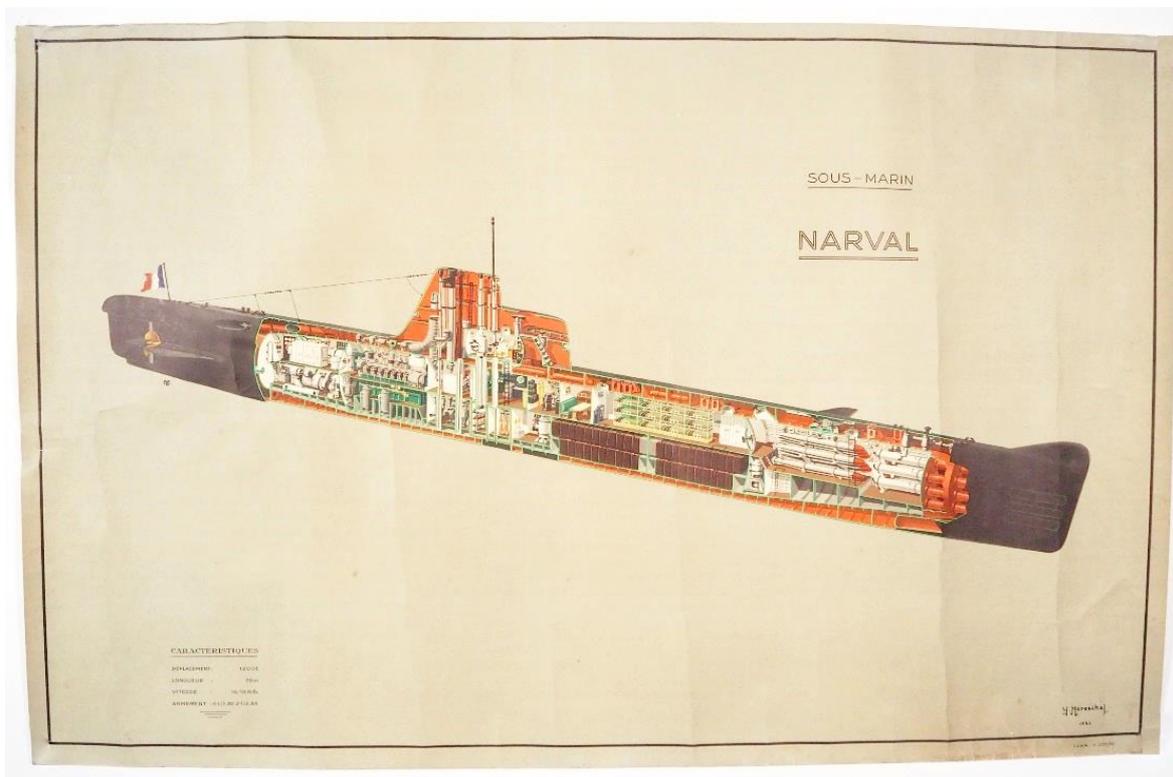
74 items acquis en 2022 :

- 37 items sur la thématique **paquebots**,
- 28 items sur la thématique **ville**, dont 1 inscription à titre rétrospectif,
- 9 items sur la thématique du **sous-marin Espadon**, dont 8 inscriptions à titre rétrospectif





Exemple d'acquisition collections et fonds patrimoniaux – **Sous-marin Espadon**



Plan-coupe de sous-marin de type *Narval* avant refonte, dessinateur Y. Mareschal - Collection SNAT - Écomusée

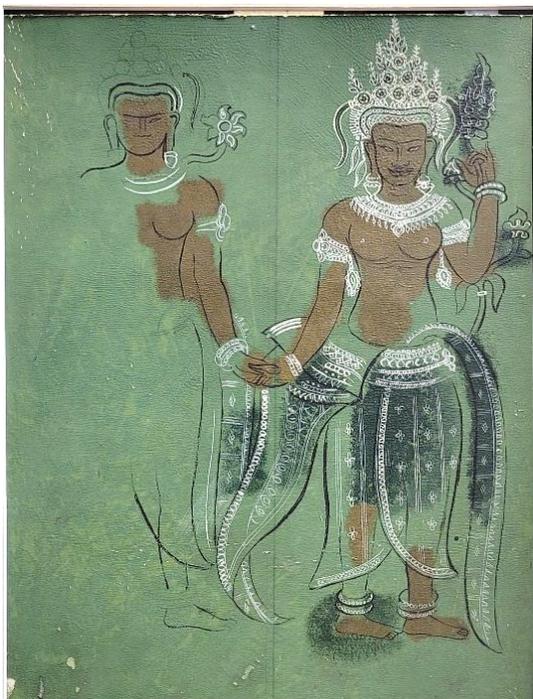
Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – Patrimoine des paquebots



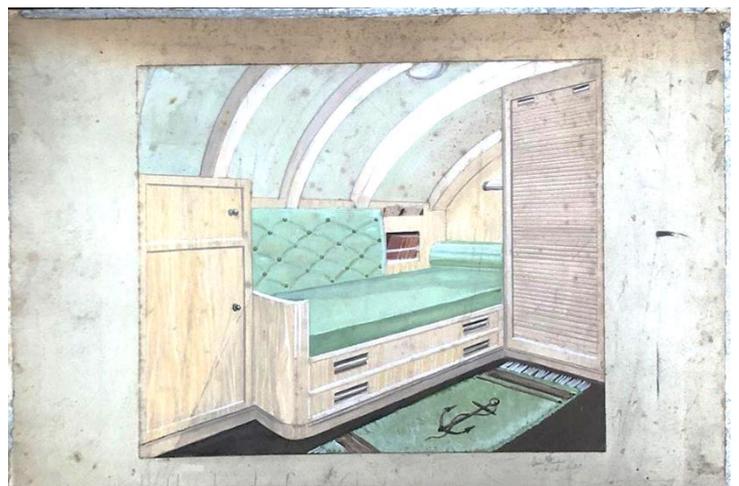
Affiche publicitaire du paquebot *Ile-de-France* (1949)  
Collection SNAT - Écomusée



Le paquebot *Liberté* (1950), accompagné de remorqueurs, arrive dans le port de New York le 29 août 1950 lors de son voyage inaugural.  
Photographe : inconnu. Collection SNAT – Écomusée. Fonds J-C. Bougé



Étude préparatoire pour une œuvre décorative du salon de musique 2<sup>e</sup> classe du paquebot *Félix Roussel* (1931)  
Collection SNAT - Écomusée



Dessin d'étude pour la chambre du commandant du paquebot *Pasteur* (1939) - Collection SNAT - Écomusée

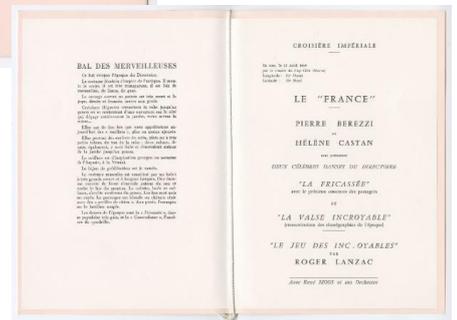
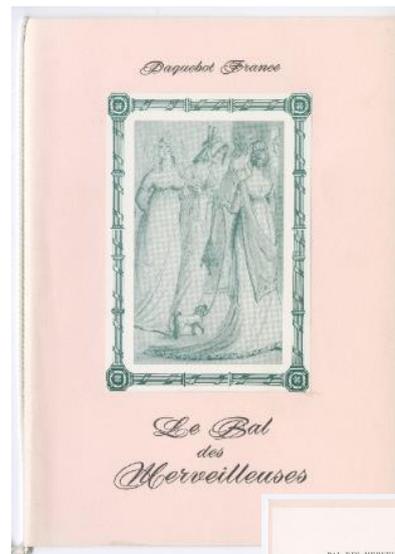


Soupière de la Compagnie Générale Transatlantique, fin 19<sup>e</sup> – début 20<sup>e</sup> siècle - Collection SNAT - Écomusée

Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – Focus paquebot France (1962)



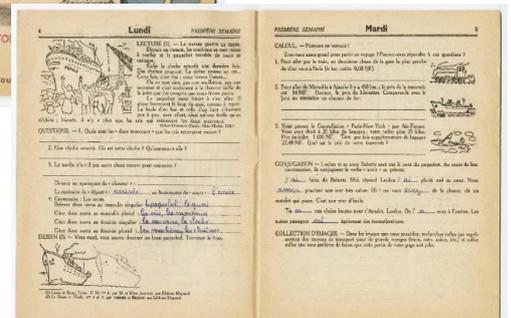
La danseuse étoile Simone Courthéoux et son partenaire sur le pont du paquebot France (1962) lors de la croisière impériale, 1969. - Photographe : inconnu.



Programme du Bal des Merveilleuses organisé lors de la croisière impériale de 1969 - paquebot France (1962). Auteur : inconnu.



Charles Aznavour devant le paquebot France (1962) dans le port de New York en 1961. Photographe : Imapres.



Cahier de vacances comprenant l'histoire Loulou et Babette s'embarquent sur le France – paquebot France (1962). Éditeur : Magnard, illustrateur : inconnu.



Knut Utstein Kloster, fondateur de la Norwegian Cruise Line, et son épouse à bord du paquebot France (1962). Photographe : Agence France Presse.

TOUT : Collection Saint-Nazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.

Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – **Histoire de ville**



Pochette à ordonnances publicitaire de la pharmacie nazairienne *Rialland*. Imprimeur : A. Waton.



Aquarelle de Marie-Louis Joseph KOENIG, représentant la vieille église de Saint-Nazaire en 1893 (dans un ensemble de 16 aquarelles)



Chromolithographie représentant le vieux Saint-Nazaire, fin 19<sup>e</sup> siècle



Cyanotype représentant l'entrée est du port de Saint-Nazaire au début du 20<sup>e</sup> siècle. - Photographe : inconnu



Maquette du remorqueur *L'Albatros*



Une famille pose devant l'ancienne gare de Saint-Nazaire en août 1946. - Photographe : inconnu

### 5.1.3 Restaurations / conservation curative

En 2022, le service de la conservation a engagé **deux opérations de restauration/conservation curative** sur des œuvres ayant présentées des dégradations.

Le service de la conservation a pour rôle la surveillance et l'entretien régulier des œuvres, qu'elles soient exposées ou non. Lors de ces opérations, il peut être constatés des désordres sur les œuvres. C'est pourquoi cette surveillance régulière est primordiale : elle permet de prévenir des dégradations irréversibles. Ce principe est appelé **conservation préventive**. Lorsque l'œuvre est dégradée ou menacée, elle nécessite l'intervention de spécialistes. On parle alors de **conservation curative**. La conservation préventive vise à éviter cela.

Œuvres concernées	Nbre d'items	Traitement	Prestataire	Date
Jean Dunand, Panneaux décoratifs de la porte séparant le fumoir du grand salon de 1 <sup>re</sup> classe du paquebot <i>Normandie</i> (1935) <b>Œuvres exposées dans Escal'Atlantic</b>	2 (4 panneaux)	Refixage d'éclats de laque, comblement et réintégration chromatique	Anne Jacquin, conservatrice-restauratrice spécialisée en laque	18 et 19 janvier 2022
3 fauteuils, un radio-pédale, un transat de pont <b>Œuvres conservées en réserves</b>	5	Anoxie Dynamique	Société 3PA	Décembre 2022

**Processus d'interventions lors du constat des dommages sur les œuvres :**



Constat de la présence d'éclats de laque



Constat de la présence d'éclats sur les panneaux



Consolidation par une restauratrice spécialisée



Constat de la présence d'une larve de xylophage



Constat de la présence de sciure de bois au pied d'un fauteuil



Mise sous bulle d'anoxie par une spécialiste

### 5.1.4 Récolement décennal

Conformément à la loi « musée de France » du 2 janvier 2004, l'Écomusée de Saint-Nazaire doit procéder au récolement décennal de ses collections – sur pièce et sur place, avant le 1<sup>er</sup> janvier 2026.

Afin de réaliser ces opérations dans les temps, des objectifs ont été fixés en 2018 :

- de 2018 à 2021, récolement annuel de 15 % des items de la collection (afin de palier le retard pris les deux premières années) ;
- de 2022 à 2025, récolement annuel de 10 % des items de la collection.



Au 31 décembre 2019, le chiffre cible transmis à la DRAC était de **8 150 items à récolement**. Au vu de ce chiffre cible et du retard pris sur les dernières années (dû aux différents confinements et au chantier de restauration du sous-marin *Espadon*), **6 105 items devaient être récolementés cette année, contre 3 778 en 2021**.

#### Résultats annuels : un chantier des collections à venir

En 2023, le service de la conservation va engager un important chantier des collections. En parallèle du traitement des œuvres de la Réserve 2, les opérations prévues comprennent le récolement décennal des collections, en plusieurs étapes :

- Inventaire et récolement des documents, ouvrages et photographies conservées dans le compactus de l'Écomusée ;
- Fin de récolement des œuvres conservées en Réserve 1 ;
- Inventaire et récolement de l'ensemble des œuvres déjà portées à l'inventaire conservées en Réserve 2.

En vue de la préparation de ce chantier, et en anticipant le nombre important d'œuvres devant être récolementées en 2023, aucune opération particulière de récolement n'a été menée en 2022. Seules des œuvres prêtées pour expositions ont été récolementées, au nombre de 9. L'objectif annuel n'est donc pas rempli, mais doit être compensé par le chantier de 2023.

	2020	2021	2022
NOMBRE D'ITEMS RÉCOLEMENTÉS	620	1 451	9
Chiffre cible (objectif annuel)	2 272	3 778	6 105
<b>RÉSULTATS</b>	<b>- 72,7 %</b> <b>☒</b>	<b>- 61,6 %</b> <b>☒</b>	<b>- 99,8 %</b> <b>☒</b>

>> L'objectif annuel pour 2023 est de **6 920 items à récolement**.

### 5.1.5 Suivi scientifique des collections

#### Données Flora spécifiques aux collections (base de données) – 2022

Élément	Nombre	Evolutions
Création de fiches bien	599	↑
Création de fiches restauration	1	
Création de fiches exposition	4	
Fiches bien relues, corrigées et mises en ligne sur le portail des collections	28	↓
Fiches bien relues, corrigées, pour la prochaine mise en ligne sur le portail des collections	50	

#### Traitement des arriérés (Voir 5.3. La reprise des arriérés)

Aucun des objectifs envisagés cette année n'a été réalisé. La première phase du pour le centre de conservation muséale se fait au détriment des tâches de fond qui sont pourtant indispensables à la bonne gestion des collections, y compris dans la perspective du futur CCM.

### 5.1.5 Les collections mises à contribution et valorisées auprès des publics

Le service des collections participe à leur valorisation auprès des publics dans le cadre de la Saison patrimoine et de l'offre pédagogique dédiées aux scolaires : préparation des œuvres, sortie des réserves, mise en présentation ou en exposition, recherches et rédaction de synthèses. Le service contribue ainsi fortement à la connaissance des objets conservés.

- **Actions pédagogiques** : 35 objets sortis des réserves / 15 sessions différentes sur les sujets suivants : Première Guerre mondiale, Deuxième Guerre mondiale, Mon ami le vent (PEAC), Les fêtes (PEAC), l'opération *Chariot* (classe défense), Patrimoine familial – patrimoine du musée.



- **Saison patrimoine : focus France (1962)**. Le fil rouge paquebots de l'année a été l'occasion de faire connaître au public les collections liées sous différents angles à différents moments de l'année.

- **Soirée de lancement de la Saison patrimoine**, 17 mars 2022, placée sous le signe de l'insolite ! Le public a découvert six objets des collections à l'usage mystérieux à l'ouverture de leurs caisses de transport. Un questionnaire distribué au public portait sur l'identification des ces objets. À la clé, un pass annuel !

- **La Nuit des Musées**, mai 2022, autour des trois grands axes : les débuts de *France*, la vie à bord, la fin de *France*. La présentation était basée sur le principe de découverte à l'ouverture des caisses de transport des œuvres. Le plan-coupe original de Michel Lezla et Pierre Parreton était également exceptionnellement sorti des réserves pour évoquer l'organisation des espaces à bord.



- **Soirées thématiques « Trésors de France »**, les 19 et 27 octobre, 3 décembre à Escal'Atlantic. Des éléments de décors et de mobiliers du paquebot *France* présents dans le parcours ainsi que d'autres tout à fait méconnus sortis des réserves ont tissé le fil de cette balade à bord de *France*, avant la diffusion d'un film d'archives original.

- **Atelier « France s'affiche »**, à l'Écomusée. Quatre affiches, évoquant différents moments de la carrière du paquebot, servent de base aux participants pour créer sa propre affiche.

- **Visite Flash « Le lancement de France »**, à l'Écomusée avec de rares documents de ce moment symbolique, sortis des réserves.

- **3 minutes, 1 musée, 1 œuvre**. 4 podcasts de France Bleu Loire Océan consacrés en 2022 à des œuvres du paquebot *France* (1962).



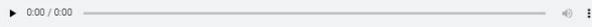
Podcasts disponibles en ligne :

<https://www.saint-nazaire-musees.com/actualites/2022/10/19/podcast-1-oeuvre-3-minutes/>

### Commode de cabine première classe provenant du paquebot France (1962)

Le temps d'un épisode de podcast, imaginez-vous à bord de la première classe du paquebot France. À peine embarqué, vous vous installez dans votre cabine et y découvrez des meubles aussi esthétiques que fonctionnels. Robuste, ergonomique, ininflammable et surtout facile à produire en série, la commode d'Henri Lancel est l'exemple parfait de ce nouveau mobilier fabriqué pour le compte de la Compagnie Générale Transatlantique.

Cette commode est exposée à [Escal'Atlantic](#) et sur le [portail des collections](#) des musées nazairiens.



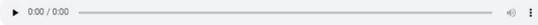
Interview de Tiphaine Yvon, responsable du pôle Patrimoine par Cathy Kerzhero, Côté Culture – France Bleu Loire Océan, 22/06/2022



### Orchestre symphonique, ensemble décoratif provenant du paquebot France (1962)

À la demande de la Compagnie Générale Transatlantique, le laqueur Pierre Bobot se voit confier la réalisation du décor du salon de musique « Debussy » de première classe du paquebot France (1962). Pour cet espace à la fois luxueux et intime, il propose trois ensembles de panneaux de laque dorée dont les motifs font écho à la destination du lieu : la musique. Le plus important de ces ensembles, constitué de 8 panneaux, est exposé dans Escal'Atlantic.

La partie principale de cet ensemble décoratif est exposée à [Escal'Atlantic](#) et sur le [portail des collections](#) des musées nazairiens.



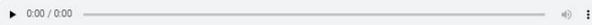
Interview de Tiphaine Yvon, responsable du pôle Patrimoine par Cathy Kerzhero, Côté Culture – France Bleu Loire Océan, 19/10/2022



### Livret professionnel maritime de sommelier du paquebot France (1962)

De 1969 à 1974, Raymond Lecoq a effectué 23 embarquements sur le paquebot France. Pendant ces 6 ans, son parcours professionnel a été soigneusement consigné dans son livret professionnel maritime. Ce petit carnet en simili cuir noir est aujourd'hui un témoin de l'histoire professionnelle de cet homme, sommelier à bord du célèbre navire. Émouvante, la dernière date de débarquement renseignée par les autorités portuaires est le 10 octobre 1974. Elle nous apprend la participation de Raymond Lecoq à la mutinerie provoquée par le désarmement futur du France.

Ce livret sera présenté lors de la [soirée France spéciale fêtes !](#) et est consultable [dans son intégralité sur le portail des collections](#).



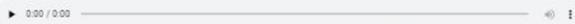
Interview d'Agathe Doufils, chargée des collections et de la conservation, par Cathy Kerzhero, Circuit bleu, Côté Culture – France Bleu Loire Océan, 23/11/2022



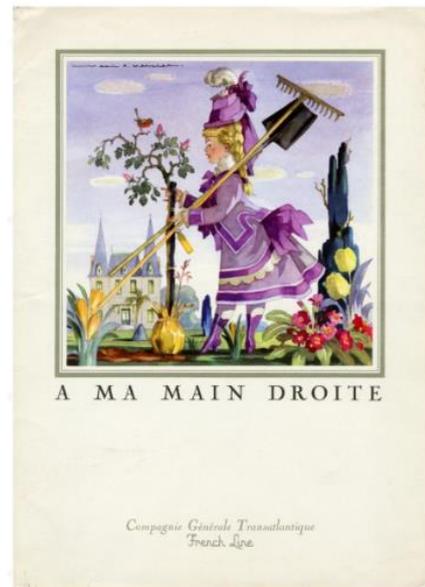
### Menu enfants pour la croisière de Noël et du Nouvel An à bord du paquebot France (1962)

En 1962, première année de sa mise en service, le paquebot France réalise une croisière pour les fêtes de fin d'année. À son bord, de nombreux Américains et quelques petits passagers à laquelle la Compagnie Générale Transatlantique porte une grande attention : les enfants. Traités comme des voyageurs à part entière, ils ont leur propre salle à manger et leur propre menu. Loin d'être simplifié, celui-ci propose 17 mets au choix par repas ! Les plats sont élaborés et font honneur à la gastronomie française. Le document est joliment illustré par l'artiste Jean-Adrien Mercier, également décorateur de la salle de jeux des enfants de la classe touristique.

Vous êtes curieux de connaître les plats proposés ? Ce menu est [consultable dans son intégralité sur le portail des collections](#) des musées de Saint-Nazaire !



Interview de Tiphaine Yvon, responsable du pôle Patrimoine par Julie Fiore, Côté Culture – France Bleu Loire Océan, 28/12/2022



## 5.2 La documentation au service des productions

L'année 2022 est marquée par une modification de la répartition des tâches au Centre de Ressources. Un poste en contrat à durée déterminée à temps partiel (28h) a été pourvu début février 2022 afin d'assurer le traitement des acquisitions documentaires (ouvrages et périodiques), la revue de presse, ainsi que la numérotations interne selon les besoins des collaborateurs du pôle. Ce poste a été interrompu de façon anticipée mi-août 2022.

Thérèse DUMONT est en retraite progressive depuis le 01/12/2022, et travaille désormais 2 jours par semaine. Ses missions sont donc adaptées pour optimiser au mieux ce temps de travail et anticiper son départ à la retraite. Cela comprend la gestion des contrats de droits, le tri des dossiers et documents conservés dans son bureau ainsi que le suivi de projets spécifiques

### 5.2.1. Gestion courante des fonds documentaires

Au cours de l'année, les tâches courantes du service Ressources et Documentation sont la veille documentaire, la sélection et réalisation des achats (pour tous types de fonds documentaire), le suivi comptabilité, l'envoi en numérisation pour les photographies et documents et la numérisation interne selon le type de fonds, le conditionnement et le suivi des fonds, l'intégration dans la base de données et l'indexation de l'ensemble des fonds documentaires et patrimoniaux ainsi que la recherche documentaire. À cela s'ajoute désormais la recherche d'ayants-droits pour les photographes dont les fonds sont conservés à l'Écomusée, la gestion et suivi des contrats de cession des droits d'exploitation.

#### Détail des indexations ouvrages et articles

**511 nouvelles  
références  
bibliographiques**



**347 articles**



**72 monographies**



**92 titres de périodique**

Pour mémoire : 158 références en 2021  
>> retards dus à l'arrêt d'indexation rattrapés en 2022

Les ouvrages proviennent d'achats (neufs ou occasion), de dons ou sont des justificatifs reçus après commande de photographies.

#### Iconographie et autres documents fonds patrimoniaux

**362 nouvelles  
acquisitions  
de documents**



**45 cartes postales**



**317 tirages  
photographiques**

#### Fonds exceptionnels

Des achats exceptionnels ont été effectués en 2022 auprès de collectionneurs privés :

- Des objets et photographies sur la thématique « paquebot » auprès de M. BOUGÉ, avec un lot spécifiquement sur le paquebot *France* (1962), fil rouge de la Saison patrimoine 2022.
- Des cartes postales et tirages sur l'histoire de la ville auprès de M. HOUIS, avec notamment deux planches de cartes postales qui illustrent le travail d'édition d'Ernest Delaveau. Elles viennent compléter le fonds déjà conservé à l'Écomusée sur cet éditeur-photographe.



> 362 nouvelles acquisitions de documents iconographiques et autres pour un montant de 4 846,35 € (frais de port inclus)

### Numérisation des objets et des fonds patrimoniaux

#### Numérisations externes

**62 photographies et 10 objets en collection** ont été numérisés par un photographe professionnel soit **72 items**. En comparaison, 200 numérisations ont été effectuées en 2021, particulièrement liées au projet Espadon.



> 72 items numérisés pour un montant de 1 539,40 € T.T.C.

#### Numérisation internes

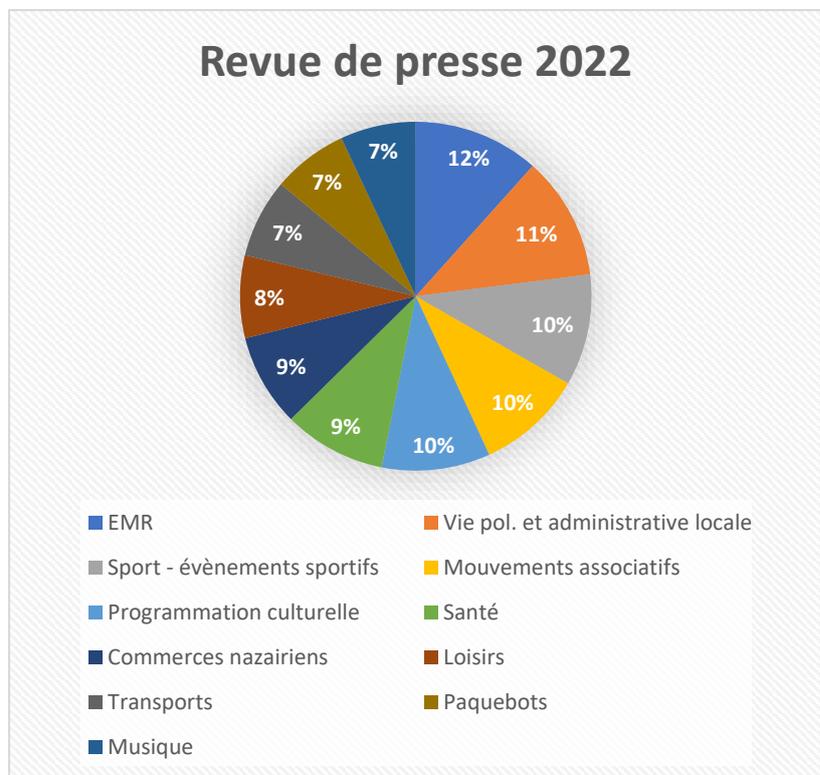
En 2022, **832 scans** de documents iconographiques ont été réalisés en interne avec le scanner professionnel (hors objets en collection). Ces numérisations ont été traitées et intégrées à la base de données.

### Revue de presse professionnelle

En 2022, **1 337 articles** ont été dépouillés et enregistrés sous format PDF pour être transmis aux collaborateurs du pôle Patrimoine et du Comptoir des Guides et au pôle Communication.

**À noter, en raison de l'interruption anticipée du contrat de Jérôme CHALOT, la revue de presse n'a été effectuée que de janvier au 26 juillet 2022.**

Les deux thématiques les plus représentées sont celles des énergies marines renouvelables et la vie politique et administrative (liée aux élections présidentielles et législatives).



### 5.2.2. Gestion et éclairage des droits d'auteurs du fonds photographique de la collection

En 2022, par manque de temps peu de contrats ont été finalisés, la recherche des ayants-droits est très chronophage et demande un suivi rigoureux.

Cette mission ne peut être poursuivie que très partiellement sans réorganisation de la répartition des missions des collaboratrices du service documentation, avec le remplacement de Thérèse Dumont, dorénavant en temps partiel 14h par semaine.

Contrats signés	Contrats en cours	piste de contact (personne potentiellement identifiée mais non contactée)
5	7	3

### 5.2.3. Les recherches documentaires

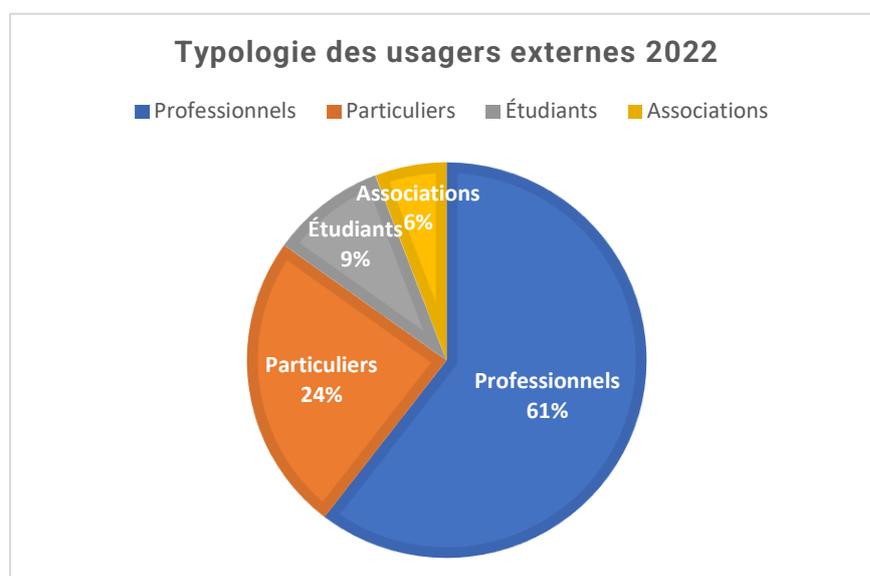
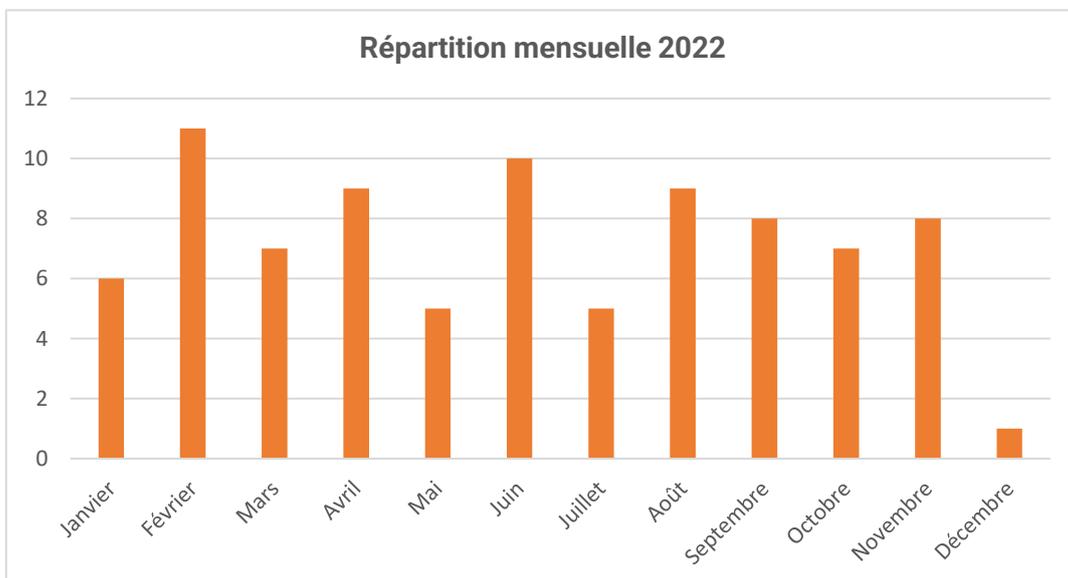
#### Recherches internes : un outil indispensable pour mener les projets

- Au sein du pôle patrimoine, les recherches internes peuvent être : la constitution d'ensembles documentaires, la sélection de documents (photographies, vidéos, ouvrages, plans...) et la fourniture de visuels avec vérification des mentions, pour la plaquette de la Saison Patrimoine par exemple.
- Ce type de demandes peut concerner d'autres pôles, comme la fourniture de visuels au pôle communication marketing avec vérifications des mentions obligatoires, par exemple pour une communication sur les réseaux sociaux.



#### Recherches externes : un service expert, qualifié et reconnu

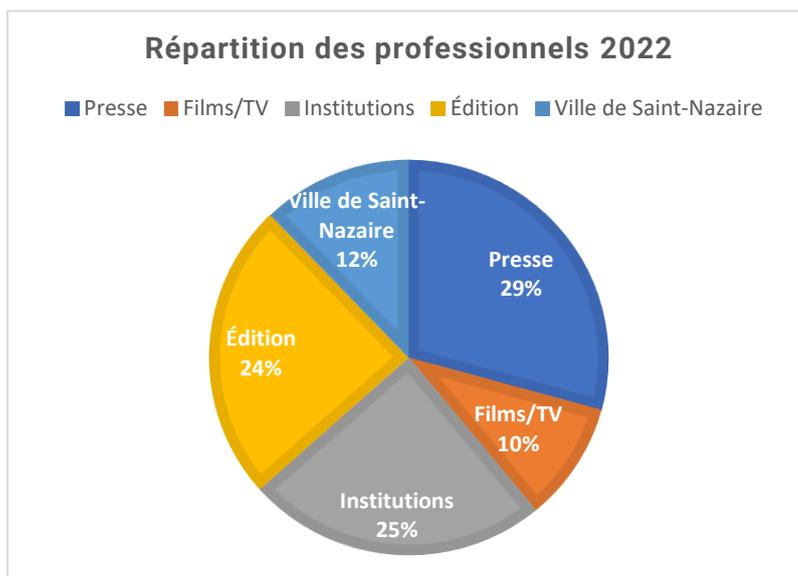
> **86** recherches documentaires **externes** (88 en 2021)



La répartition des demandes des professionnels se détaille comme suit, la presse représente la part la plus importantes

des demandes professionnelles avec 29% des demandes externes. Suivi par les demandes des autres institutions (musées, services d'archives...) puis les demandes pour l'édition d'ouvrages.

Les **sujets de recherches dominants**, sont toujours à peu près identiques au fil des années, le sujet le plus demandé en 2022 est de nouveau celui des paquebots : 51% des demandes. Suivi par la Seconde Guerre mondiale (17%), sujet lié notamment aux commémorations sur l'opération *Chariot*.

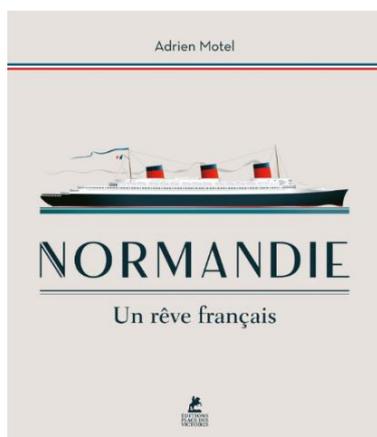


#### Services rendus et supports consultés

Comme les années précédentes, les supports les plus consultés sont les photographies.

Les services rendus comprennent : l'accompagnement des demandeurs afin de cibler au mieux leurs besoins et leur proposer les ressources adéquates en mettant en avant les fonds conservés à l'Écomusée.

La sélection de visuels et/ou de documentation, la réalisation de dossiers documentaires, ainsi que la fourniture de photographies sous forme de fichiers haute définition et le suivi administratif des demandes.



**Focus** Un important travail a été effectué avec l'auteur Adrien Motel et l'éditeur « Editions Place des Victoires. Plus de 300 photos en pré-sélection pour le travail préparatoire de recherche et de rédaction, **32 photographies HD pour la publication.**

**Le lancement de l'ouvrage s'est fait à Saint-Nazaire le 3 novembre 2022** avec l'organisation d'une conférence de presse et une séance de dédicace à la boutique d'Escal'Atlantic par l'auteur.

#### Commandes et fournitures de photographies

2022 :  
- **309 fichiers fournis**  
- soit 48 contrats établis (2021 : 47 contrats établis)



Les objectifs établis sont au nombre de 5, dont 3 annuels et 2 à résoudre sur cinq ans.

#### ▪ Objectifs annuels

OBJECTIF 1 : Tri et import des photos des A

**351 fiches filles créées** en 2022 pour achever ce chantier.

Nouvelle campagne de numérisation pour les clichés non satisfaisants pris lors du chantier des collections, renommage des clichés et préparation pour intégration. Création des fiches filles non existantes, afin d'y attacher les photographies correspondantes. Import des clichés dans les notices des A.

**RÉSULTAT : Non réalisé**

OBJECTIF 2 : Reprise des notices photothèque des biens

**Traitement de toutes les notices photothèque des biens inventoriés dans les années 1990.**

**Suppression des notices doublons.**

Suite à la migration des données de 2016 de Taurus + vers Flora Musées, les notices photothèque des clichés illustrant les biens ont été doublonnées. Un tri est à réaliser dans la continuité de ce qui a été mis en place pour le portail des collections ainsi qu'une importante complétion des notices.

**RÉSULTAT : Non réalisé**

OBJECTIF 3 : Rangement des contrats photothèque

Continuer le **classement des contrats d'acquisition et de prêts pour numérisation.**

**RÉSULTAT : Non réalisé depuis 2019 en raison d'arrêt maladie prolongé de la collaboratrice, puis de mi-temps thérapeutique, puis de travail à temps partiel. En cours.**

#### ▪ Objectifs sur cinq ans (2018-2022)

OBJECTIF 4 : Reprise de 20% des notices mères/filles

(COLLECTIONS) Correction de **20% des notices mères soit 150 notices** (et des 1 557 notices filles associées) générées automatiquement par la migration des données de l'ancienne Base Collection de TAURUS + : recréation de la notice « .1 », reprise et redistribution des données entre la notice mère et les notices filles, association des clichés avec les bonnes notices.

**RÉSULTAT : Non atteint. Reprise de 4 notices mères et 28 notices filles, soit 5,19 % de l'objectif annuel. L'objectif sur cinq ans est rempli à 64,16 %.**

OBJECTIF 5 : Reprise des notices restauration

**Correction des 191 notices restauration** générées automatiquement par la migration des données de l'ancienne Base Collection de TAURUS + : reprise de données, dédoublonnage de notices, créations de notices...

**RÉSULTAT : Non atteint. Reprise de 6 notices restauration qui a engendré la reprise de données dans 102 notices biens. Objectif total rempli à 68,21 % avec 397 fiches restauration reprises, sur un total de 582 fiches.**

Chiffres-clé du traitement des arriérés  
0/5 objectifs atteints



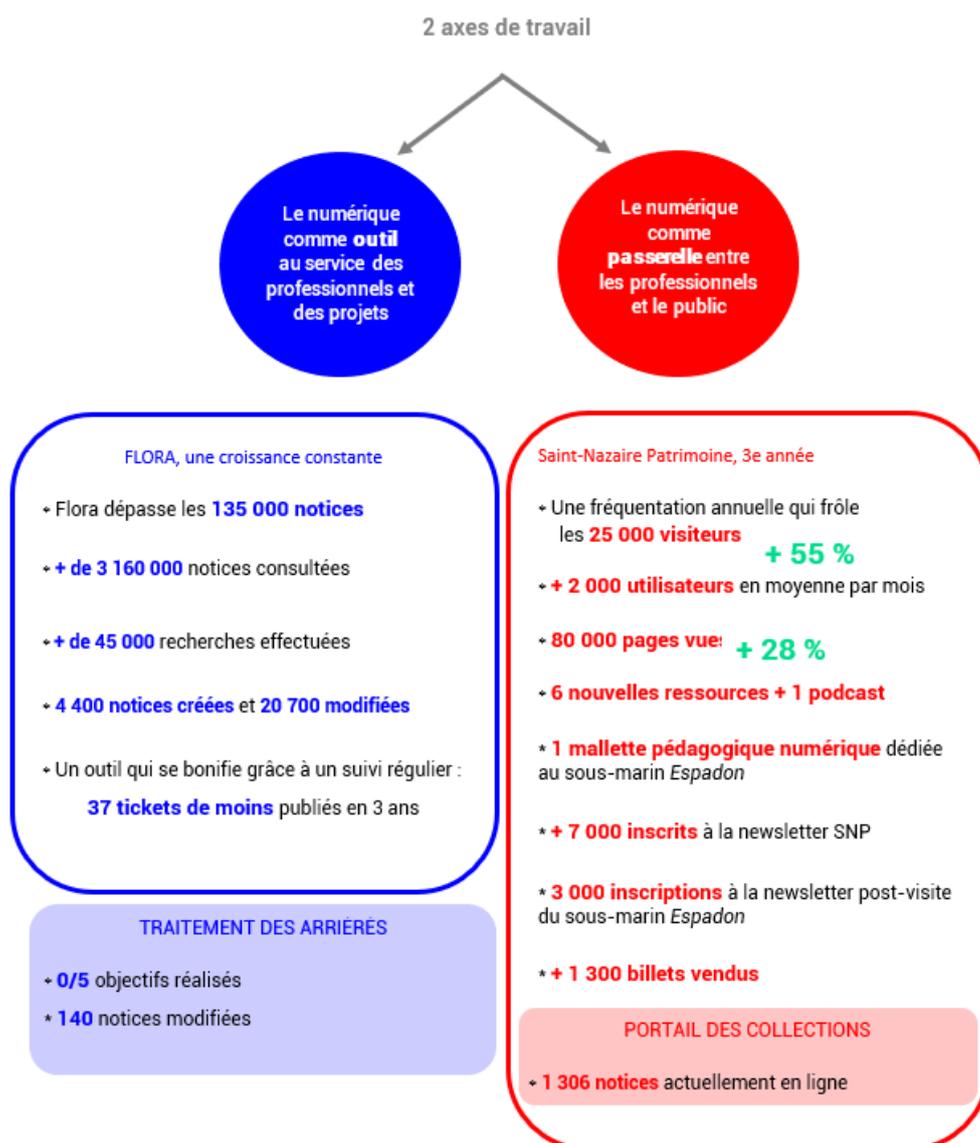
140 notices modifiées

À noter : la reprise des arriérés concerne essentiellement le traitement sur base de données incluant parfois du travail sur les œuvres elles-mêmes (photographies, prise de mesures, marquage), mais pas le traitement de fonds en souffrance.

## 5.4 Patrimoine et numérique, une passerelle entre les professionnels du patrimoine et le public

Le numérique permet une gestion quotidienne des ressources liées aux collections et fonds.

Il est aussi un outil de facilitation de l'accès au patrimoine pour les professionnels comme pour le public, soit sur place en lien direct avec lui, soit à distance. Enfin, il favorise et accompagne la mobilité.



### 5.4.1. Les bases de données FLORA

Depuis juillet 2016, **FLORA Musées** est le système de gestion et de valorisation des collections et des fonds conservés par l'Écomusée de Saint-Nazaire. Le progiciel est aujourd'hui édité par la société DECALOG. **Outil-socle** du pôle Patrimoine, il offre un cadre de travail **respectueux de la législation Musées de France** grâce à ses modules validés par le Service des Musées de France.

Il est devenu un soutien important à la mise en œuvre de projets patrimoniaux. Il permet une approche transversale de l'ensemble du patrimoine muséal pour plus d'efficacité.

Un total de :

**135 352 notices** dans les six tables documentaires FLORA Musées

**141 844 notices** dans l'ensemble des tables FLORA Musées

Utilisé par l'ensemble de l'équipe du pôle Patrimoine, cet **outil transversal et évolutif** accompagne au quotidien le travail de gestion administrative et scientifique sur les collections, la documentation et les fonds patrimoniaux. Cet **outil dynamique** permet à l'équipe de maîtriser l'évolution et l'accroissement constant des données.

En une année d'utilisation, on dénombre, toutes tables confondues :

**4 473 notices créées** et **20 695 notices modifiées**

En une année d'utilisation, on dénombre :

**45 377 recherches effectuées** et **3 169 137 notices consultées**

*En 2022, dépassement des 3 millions de notices consultées sur Flora !*

*Près d'1 million de plus qu'en 2021 (migration V4.5 en fin d'année).*

#### Croissance de FLORA en nombre de notices entre 2016 et 2022

	2016	2021	2022
<b>TOTAL 6 TABLES DOC.</b>	<b>104 251</b>	<b>131 396</b>	<b>135 352</b>
DOC	2 027	2 289	2 345
<b>TOTAL TOUTES TABLES<sup>1</sup></b>	<b>106 278</b>	<b>133 685</b>	<b>137 697</b>

Flora s'accroît en nombre de notices de façon régulière chaque année. Cela traduit l'intensification de l'activité scientifique du pôle, renforcé par un recrutement professionnel de technicienne de régie en CDI.

#### Suivi fonctionnel

Sur l'année 2022, **8 tickets** ont été envoyés à Decalog via la passerelle d'échange du support Flora Musées. Ce sont 2 tickets de moins que l'an passé, ce qui semble indiquer qu'avec les années et un suivi régulier, l'outil est fonctionnel et adapté à nos besoins.

**Le portail des collections représente la moitié des tickets déposés avec d'importants délais de prise en compte et de résolution. Pour obtenir des réponses, le paiement des factures de maintenance a été bloqué et un mail d'alerte envoyé à Decalog.**

#### Montée en version 4.5.21 et migration des données

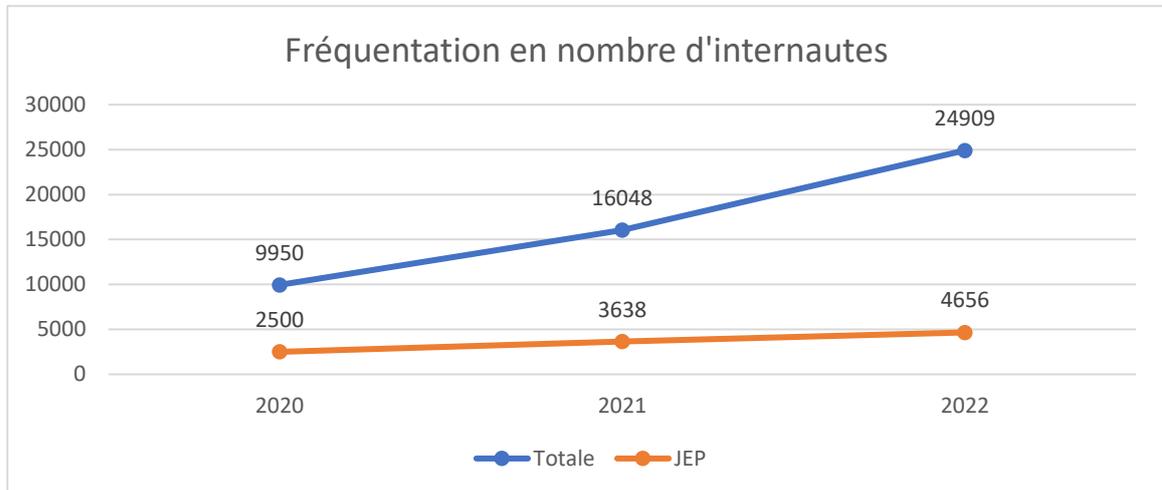
La fin d'année 2022 a été marquée par le début du chantier de migration de FLORA Musées de la V3.5.0 à la V4.5.21. Ce passage est motivé par la volonté de garder un outil au meilleur niveau de sa fonctionnalité et par la possibilité de créer un pont entre l'application de constats d'état Horus (indépendante) et FLORA Musées.

Cette opération, rigoureuse dans la vérification des données et chronophage mais indispensable, vise aussi à faciliter le chantier des collections dont le démarrage est prévu au printemps 2023. Les délais de migration sont donc fortement conditionnés par le début du chantier et leur respect est crucial ce dont Decalog Flora a été prévenu par l'envoi d'un courrier signé par Pierre Sabouraud, directeur de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme en date du 5 octobre 2022.

Au 21 décembre, l'opération a pris du retard, qui devrait se résorber rapidement au 1<sup>er</sup> trimestre 2023.

### 5.4.2. Une nouvelle année de confirmation pour le site web saint-nazaire-musees.com

Le site web Saint-Nazaire Patrimoine a été lancé le 30 novembre 2019. Avec cet outil, le pôle Patrimoine s'investit encore davantage dans ses **missions de connaissance et de valorisation du patrimoine et des collections auprès du grand public**. Il joue pleinement son **rôle de dispositif de médiation à distance évolutif**.



**En 2022, la croissance du site continue sur une belle lancée, + 150 % sur 3 ans, et confirme l'intérêt de ce support de médiation aux yeux d'un public qui s'élargit.**

#### Les chiffres-clés de fréquentation



**01 : 39**

**Temps moyen passé sur le site**

La tendance annuelle de fréquentation du site est en **très forte hausse**.

**Le site est dynamique avec des ressources publiées régulièrement.**

Sept mois de l'année marquent une forte hausse de la fréquentation, notamment les mois de mars à juin **boostés par une programmation culturelle dynamique et fortement partagée** (Nuit des musées, Weekend « Patrimoines à la carte » et exposition « Le paquebot *France*, un géant né à Saint-Nazaire »). Le mois de septembre, avec les Journées Européennes du Patrimoine, attire toujours de nombreux internautes. Les ressources dédiées au sous-marin *Espadon* et à l'opération *Chariot* suscitent également un fort intérêt sur cette période.

#### Nouveaux contenus publiés

**8 articles d'actualités**

**6 ressources**

+

**8 épisodes du podcast « 3 minutes, 1 œuvre »  
avec France Bleu Loire Océan**

+

**+ 350 notices sur le portail depuis 2019**

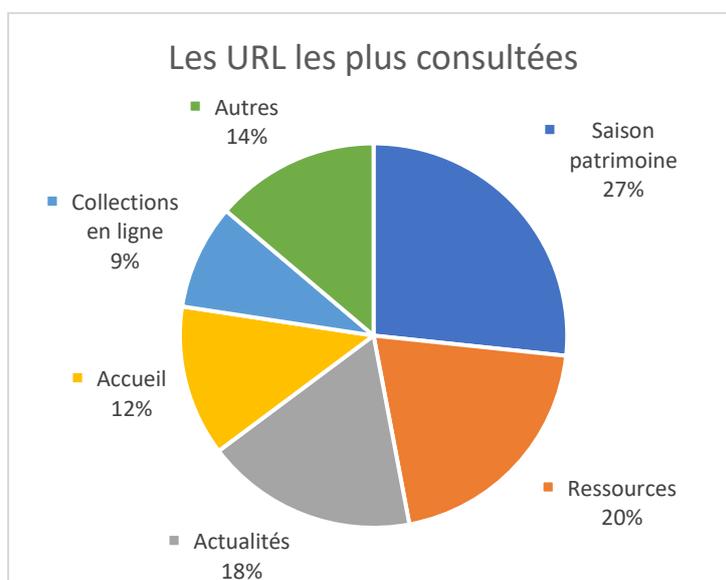
+

**1 mallette pédagogique sur l'*Espadon***

En 2022, la part représentée par les différentes catégories a beaucoup évolué par rapport à l'année précédente. Pour rappel, en 2021, les 5 premières catégories du classement (Ressources, Saison patrimoine, Page d'accueil, Collections en ligne et Actualités) représentaient chacune 1/6<sup>e</sup> de la fréquentation totale du site. Cette année, les pages liées à la programmation ont quasiment doublé leur fréquentation.

La **Saison patrimoine conserve ainsi son rôle de moteur**.

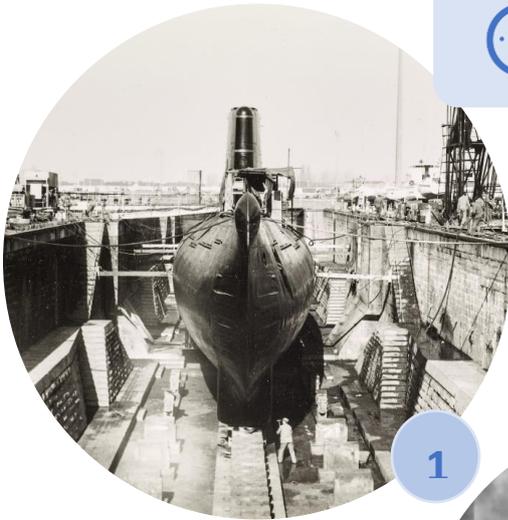
Avec ces premières années de fonctionnement, **la Saison patrimoine et les ressources se positionnent clairement comme les piliers complémentaires de ce site** et souligne **l'intérêt des utilisateurs pour un contenu éditorialisé de qualité**.





02 : 51

Temps moyen passé sur les pages ressources



1



2



3

### Sous-marin Espadon : la suite de la mission banquise

En 2021, le sous-marin *Espadon* a fait l'objet d'un chantier de restauration et de valorisation. Ce projet incluait un volet de valorisation numérique à travers deux axes :

- le prolongement de la visite avec une **newsletter** spécifique
- la création d'une **page et de ressources** dédiées au sous-marin pour approfondir le sujet



### Statistiques de la newsletter depuis sa création en juillet 2021

		
 <b>Inscriptions 2022</b>	<b>2 831</b>	<b>132</b>
<b>Inscriptions totales</b>	<b>4 779</b>	<b>190</b>
<b>Désinscriptions totales</b>	<b>412</b>	<b>23</b>
 <b>Taux d'ouverture</b>	<b>News 1 : 69,3 %</b> <b>News 7 : 53 %</b>	<b>News 1 : 67,2 %</b> <b>News 7 : 37,7 %</b>

## Newsletter Saint-Nazaire Patrimoine

La newsletter **Saint-Nazaire Patrimoine** a pour objectif d'informer le public de l'actualité de la Saison patrimoine et de valoriser les collections des musées nazairiens en promouvant les ressources et les contenus publiés sur le site [saint-nazaire-musees.com](http://saint-nazaire-musees.com).



**7 236 inscrits**  
371 désinscriptions



**2 252 € de C. A.**  
181 commandes  
(Dont gratuits)



**Taux d'ouverture moyen : 43,4 %**  
+ haut : 47,5 % / + bas : 40,1 %



**6 %**  
Taux de clics moyen



**0,7 %**  
Taux de désinscription moyen

## Boîte mail « Contact Patrimoine »



**58 mails traités**  
(Hors réponses aux jeux SNP et spams)  
**49 mails traités en 2021**

Les messages traités sont divers :

- demandes d'informations sur la Saison patrimoine,
- questions historiques et demandes de numérisation,
- propositions d'acquisition,
- questions liées à Ville d'Art et d'Histoire,
- envois de candidatures spontanées...

## Chiffre d'affaires du site internet



**3 519,76 €**  
**1 328 billets vendus**

Pour rappel, de **nombreuses actions de la Saison patrimoine sont gratuites**, notamment à l'occasion des Journées européennes du Patrimoine. La Nuit des Musées prend la première place.

## 5.5 La Saison patrimoine 2022, des repères retrouvés et une dynamique affirmée

C'est la première saison complète depuis 2019, la programmation a donc retrouvé son rythme, avec notamment :

- une programmation **dès la fin mars** et jusqu'à la fin des vacances de Noël ;
- deux **files rouges**, l'opération Chariot et le paquebot *France*, qui ont orienté les sujets et les formes des médiations ;
- des **événements nationaux** comme la Nuit des musées ou les Journées du patrimoine, qui ont pu se tenir dans les conditions habituelles ;
- des **temps forts propres à notre programmation**, comme « Patrimoines à la carte » ou la week-end « Traversée en famille ».

Le tout s'est déroulé dans les sites de visite comme en ville, sans restriction ni mesures spécifiques.



**2022 marque donc un « retour à la normale » de la programmation de la Saison patrimoine.**

En plus d'une saison ininterrompue, la programmation a **mis en lumière des sujets fédérateurs** :

- Soit parce qu'ils sont porteurs de valeurs, comme les visites sur **l'opération Chariot** ;
- Soit parce qu'ils bénéficient d'un fort ancrage territorial, comme **le fil rouge sur le paquebot France**.

La saison patrimoine a également cherché à **innover** en proposant de **nouvelles façons de faire se rencontrer publics et patrimoine** :

- **Les dimanches au musée** > un sujet par dimanche avec une forme famille le matin et une médiation public adulte l'après-midi. Ainsi, il se passe toujours quelque chose au musée !
- **Patrimoines à la carte** : un week-end « marathon », avec une densité de visites programmées et des propositions originales dans leurs format ou leurs horaires (cf. page 9).
- **Les parcours cartes postales « Bons baisers de Saint-Nazaire »** lors des Journées du patrimoine : une manière originale et participative de découvrir les différents **quartiers de Saint-Nazaire** (Le Petit Maroc, Saint-Marc-sur-Mer, La Havane et Penhoët).

>> **Les ailes de saison (petites vacances scolaires, week-end et ponts hors vacances d'été) ont fait l'objet de vrais efforts d'originalité, de ciblage des publics et d'accessibilité.**

Tout cela a entraîné un net **dépassement de la fréquentation de 2019, qui reste l'année de référence.**

**19 452 participants à nos visites et actions culturelles** ont été comptabilisés en 2022.



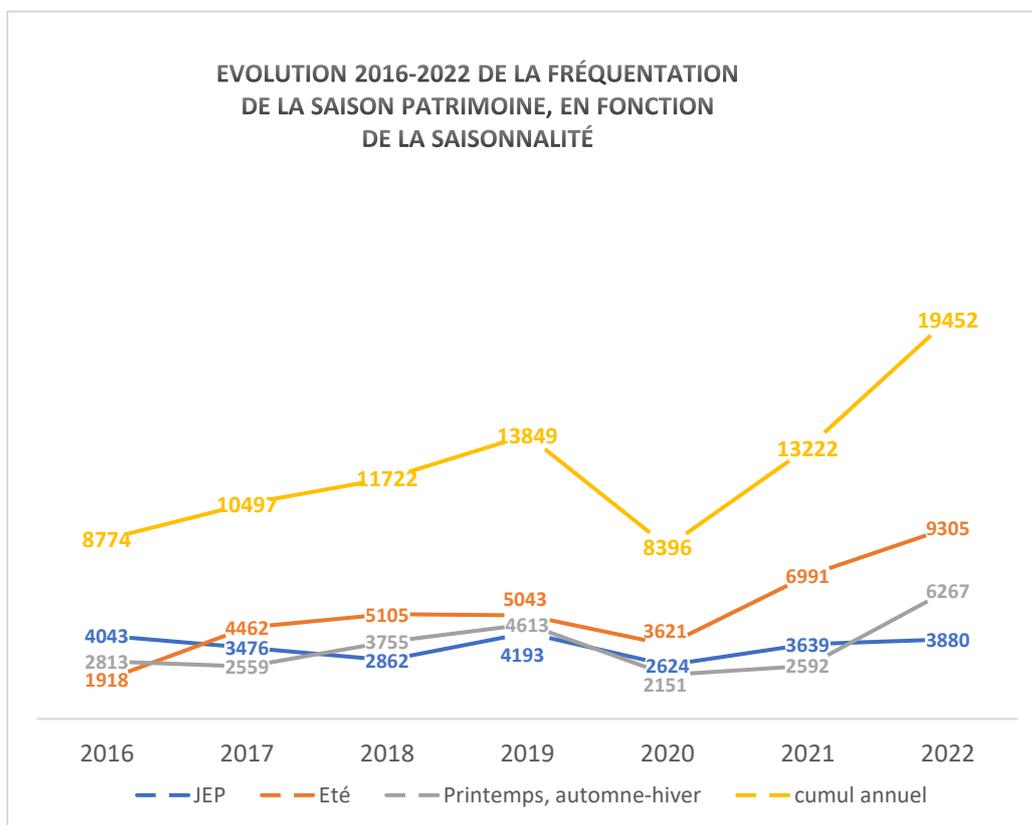
Un **record absolu**, porté notamment par une **très bonne saison estivale** mais surtout par une excellente fréquentation de nos propositions lors des **ails de saison** (plus que x2 par rapport à 2021).

>> **+ 47 % par rapport à 2021 et + 40% par rapport à 2019 qui affichait une programmation complète de mars à décembre.**



**Ne sont pas comptabilisés :**

- Le public ayant vu **l'exposition « France »** durant l'été sur le front de mer
- Le public ayant fait le parcours d'interprétation **« Sur les lieux de l'opération Chariot »**
- Les personnes ayant fait le parcours avec **l'appli Baludik « Méan-Penhoët, récits de quartier »**
- Les **nouveaux utilisateurs** du dispositif « Itinéraire bis de Mathilde » ;
- Les personnes ayant fait le **parcours autonome « Saint-Nazaire à la Belle Epoque »** ;
- Les visiteurs de l'exposition **« Le chantier dans l'objectif »** sur la terrasse panoramique de l'Écluse fortifiée.
- Les personnes ayant suivi des actions depuis le site [saint-nazaire-musees.com](http://saint-nazaire-musees.com) et nos réseaux sociaux. >> cf. encadrés suivants.

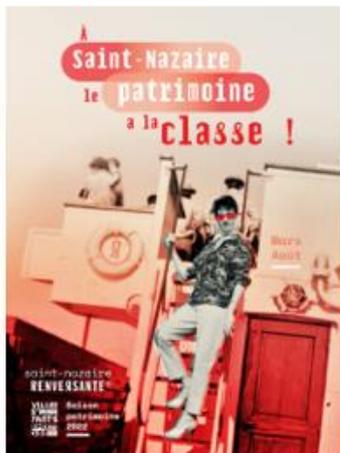


Mis à part le creux dû aux confinements de 2020, la fréquentation est en augmentation constante depuis les 6 dernières années. Cette augmentation entre en corrélation avec l'évolution de la Saison Patrimoine elle-même (Cf. p.2), qui nous a permis d'élargir considérablement notre public.

Tableau récapitulatif de la fréquentation de mars à décembre 2022

	2022	Ecart 22/21	2021	2020	2019
Printemps	2 437	+41 % (/2019)	0	0	1 734
Eté	9 305	+33 %	6 991	3 621	5 043
JEP	3 880	+6,6 %	3 639	2 624	4 193
Automne-Hiver	3 380	+48 %	2 592	2 151	2 879
<b>TOTAL</b>	<b>19 452*</b>	<b>+47 %</b>	<b>13 222</b>	<b>8 396</b>	<b>13 849</b>

Nos éditions et supports de la Saison patrimoine 2022



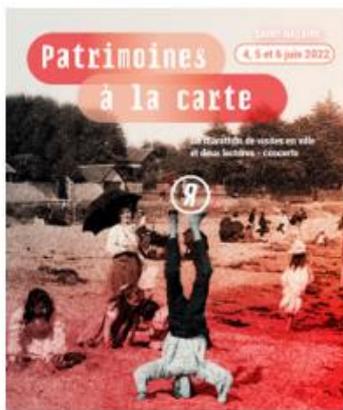
Programme Printemps-été  
mars à août



Programmation Automne-hiver  
octobre à décembre



Programme des Journées du Patrimoine  
septembre



Programme du week-end  
« Patrimoines à la carte »  
juin



Flyer de l'exposition *France*  
mai à octobre



Flyer-Plan du parcours autonome  
« Sur les lieux de l'opération Chariot »  
à partir de mars

### 5.5.1 La Ville d'art et d'histoire mise en lumière

De nombreuses actions de la Saison patrimoine s'inscrivent dans la politique de valorisation patrimoniale portée par la Mission Patrimoines de la Ville de Saint-Nazaire dans le cadre de l'animation du label Ville d'Art et d'Histoire.

- Un **parcours d'interprétation pérenne** sur les lieux de l'**opération Chariot**, dans le quartier portuaire du petit Maroc.
- La continuité de nos **visites « coup de projecteur » et visites découvertes**, qui donnent à voir des éléments remarquables du patrimoine nazairien (Soucoupe, église Sainte-Anne, Hôtel de ville...) et permettent aussi de comprendre en se promenant dans la ville, quelle a été son histoire et comment elle a évolué.
- **La ville investie, le patrimoine accessible : exposition France sur le front de mer durant l'été**
- Un travail de fond sur l'**iconographie de la carte postale en lien avec les lieux de la ville**, l'utilisation de la carte postale comme point de départ d'une découverte d'un quartier...

#### Patrimoines à la carte

**Cible :** Les publics adultes nazairiens et touristes venus pour le week-end de l'Ascension.



Photographe : Maelwenn Leduc - SNAT

Le programme de ce week-end, organisé à la manière d'un menu avec un large choix de visites, pour composer sa propre découverte.

Ce format original permis de capter de nouveaux publics, qui découvraient nos actions et qui ont manifesté leur intérêt, leur satisfaction et leur envie de revenir !

#### Des coups de projecteur et des randonnées urbaines

Parmi les nombreuses visites proposées lors du week-end Patrimoines à la carte, nous retrouvons des visites dont l'intérêt et la qualité s'est déjà démontré les années passées, notamment les « **coups de projecteur** ». Développés en 2020 pour répondre aux mesures sanitaires de limitation des jauges et de favoriser les visites en extérieur, **ont définitivement trouvé leur place dans la Saison Patrimoine et apportent en 45 ou 50 minutes, un éclairage ciblé sur un quartier ou un lieu précis de Saint-Nazaire.**

- L'église Sainte-Anne, de béton et de lumière
- Du Sable à la Havane
- La porte du large

**En accord avec les exigences du label Ville d'art et d'histoire, ces coups de projecteurs répondent à une volonté de sensibilisation au patrimoine, pour donner au public la possibilité d'en découvrir l'étonnante variété.**

Spécialité du chef

Pique-nique patrimoine : Saint-Nazaire renversée

Parcours accompagnés + pique-nique Samedi 4 juin, Dimanche 5 juin, Lundi 6 juin : 12 h

Devenez les acteurs de cette découverte, regardez, enquêtez, questionnez, dessinez : les cartes postales anciennes vous mettent sur la piste. 3 parcours conviviaux, un par jour, où petits et grands utilisent leurs facultés d'observation pour saisir l'évolution d'une ville et de ses quartiers.

**Amenez votre plat, nous fournissons entrée, dessert et boisson !**

Samedi 4 juin : quartier du port et Petit Maroc. R.-V. : Écomusée  
Dimanche 5 juin : quartier de La Havane. R.-V. : en bas du jardin des plantes, côté rue de Béarn  
Lundi 6 juin : quartier de Penhoët. R.-V. : à confirmer sur saint-nazaire-musees.com

Plat du jour

Menu rétro 1950

Un tour de Saint-Nazaire en 90 minutes

Visite guidée  
Samedi 4, dimanche 5 et lundi 6 juin : 15 h 30

Cette visite à pied propose de faire connaissance avec les visages de la ville du 19<sup>e</sup> au 21<sup>e</sup> siècle. Une proposition pour tous ceux qui souhaitent découvrir Saint-Nazaire au-delà des idées reçues. Un incontournable.

1 H 30 billetterie, base sous-marine

L'hôtel de ville, une vitrine de la ville nouvelle

Visite guidée « coup de projecteur »  
Samedi 4 juin : 9 h + petit-déjeuner

L'hôtel de ville, au cœur d'une véritable mise en scène urbaine, exprime la renaissance de la cité dans les années 1960.

50 MIN centre-ville, place F. Blanche, arrêt de bus « Hôtel de Ville »

Plat suggestion

Histoire(s) de graffitis

Visite guidée  
Samedi 4 juin : 17 h 30

Dessins, gravures et signatures attestent des anciens occupants. Sous la lumière des torches, un médiateur fait parler ces graffitis pour une approche originale de l'histoire du lieu.

1 H 30 billetterie, base sous-marine

La Soucoupe, objet architectural non identifié

Visite guidée « coup de projecteur »  
Samedi 4 juin : 10 h 30

Après la Seconde Guerre mondiale, le grand marais à proximité du centre-ville est transformé en un vaste parc dédié au sport et au plein air. Les architectes y ont posé une étrange soucoupe...

1 H devant la Soucoupe, côté parc paysager, av. Léo Lagrange

L'église Sainte-Anne, de béton et de lumière

Visite guidée « coup de projecteur »  
Dimanche 5 juin : 15 h



Porte du large. Photographie : Rudy Burbant



L'église Sainte-Anne.  
Photographe : Rudy Burbant

Les visiteurs plus avertis et/ou disposant de plus de temps peuvent choisir **les randonnées urbaines**. D'une durée de 2 heures, ces visites explorent en détails trois quartiers :

- Méan-Penhoët, ils ouvrent la porte
- Saint-Marc sur Mer, l'esprit balnéaire
- Années 1950, vivre la Reconstruction (centre-ville)

**Là encore, le lien avec Ville d'Art et d'Histoire est fort, puisque durant ces randonnées, le patrimoine se découvre et s'appréhende plus en profondeur.**



Saint-Marc sur Mer, l'esprit balnéaire.  
Photographe : Rudy Burbant

### Fil Rouge Opération Chariot

L'année 2022 a marqué le **80<sup>e</sup> anniversaire** de ce raid militaire britannique de la Seconde Guerre mondiale contre l'armée Allemande, qui s'est déroulé dans la nuit du 27 au 28 mars 1942.

**Cible :** Adultes et adolescents

**Deux visites ont été créées :**

- « Raid sur Saint-Nazaire », visant un public adulte, qui retrace minute par minute, le déroulé de l'opération en suivant le cheminement des commandos sur le site du Petit Maroc
- « Opération Chariot, des commandos dans l'action », une visite guidée participative où adolescents et adultes sont invités à prendre des décisions stratégiques, à la manière des commandos lors de l'opération.

**En partenariat avec la Ville, un parcours pérenne d'interprétation** a été élaboré pour relater étape par étape ce raid du 27 et 28 mars 1942. Il prend la forme de **7 panneaux intégrés** dans un mobilier urbain métallique. Les textes ont été écrits par le **pôle Patrimoine et l'association Saint-Nazaire Society** et ils sont accompagnés **dessins originaux de Benoit Blary**, dessinateur de BD et illustrateur français.



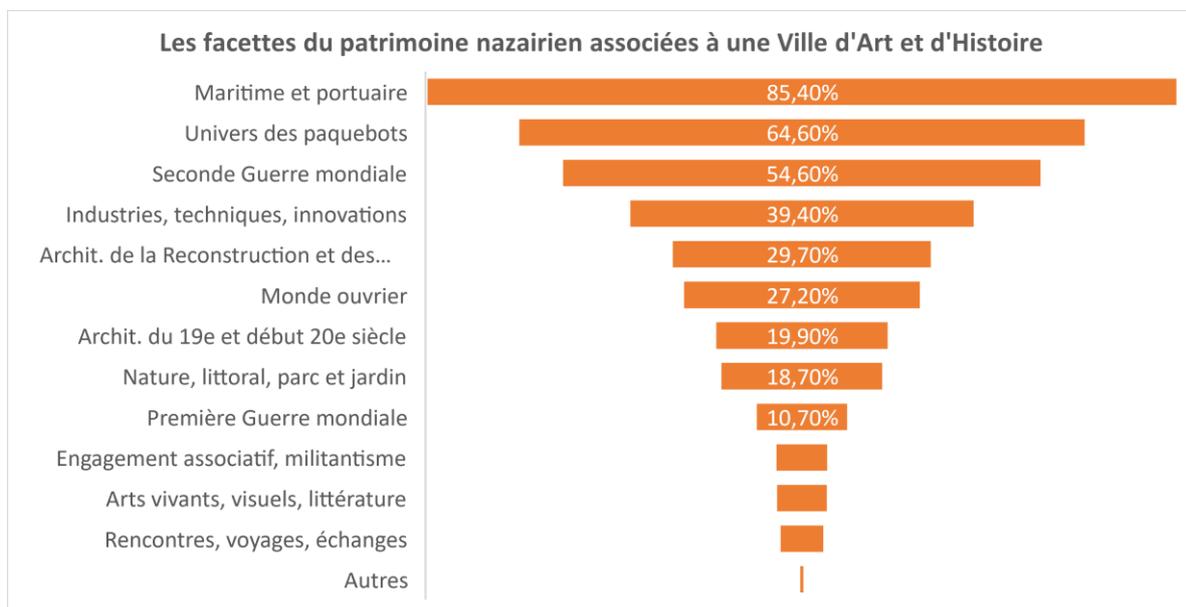
Photographe : Maelwenn Leduc - SNAT

### Le croisement des patrimoines nazairiens avec la Ville d'Art et d'Histoire

En 2020 et 2021 nous avons évalué la perception des patrimoines nazairiens à l'aune du label « Ville d'Art et d'Histoire ».

La question est formulée ainsi : *quelles facettes du patrimoine nazairien associez-vous spontanément à une Ville d'Art et d'Histoire ?*

Même si tous nos visiteurs ne connaissent pas le label Ville d'Art et d'Histoire, on peut présumer qu'**ils ont désigné, par leurs réponses, les facettes du patrimoine nazairien qu'ils s'attendent à voir mises en lumière dans le cadre d'une politique de valorisation du patrimoine.**



>> Le triptyque de tête est le même que l'an dernier :



1. Maritime et portuaire
2. Univers des paquebots
3. Seconde Guerre mondiale.

Les 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> places restent occupées respectivement par "Industries, techniques et innovations" et "monde ouvrier".

>> Il n'y a donc pas de changement notable dans les perceptions de nos visiteurs quant aux patrimoines liés à une Ville d'Art et d'Histoire. La Reconstruction reste méconnue et un sujet sur lequel les efforts de partage doivent perdurer.

### Carte de guide-conférencier nationale

Une de nos médiatrices permanentes a obtenu la carte de guide-conférencier après examen d'anglais organisé par la préfecture fin 2021. Cela porte à 3 professionnels permanents sur 6 ayant cette carte, les trois autres collaborateurs visant l'obtention de la carte par la Validation des Acquis d'Expérience (VAE) en 2023 et 2024.

### 5.5.2 Le public des familles

Cinq années ont été nécessaires pour constituer une offre cohérente et adaptée à destination des familles : visites et parcours sensoriels, jeux, ateliers...

Aujourd'hui, une vingtaine de propositions autonomes ou accompagnées existent pour des publics de 4 ans, enfants non-lecteurs, aux adolescents et irriguent la découverte des sites de visite et du patrimoine urbain. Certaines sont permanentes, d'autres activées en fonction des thématiques de la Saison patrimoine.

#### Parcours ludiques en été et propositions ciblées à l'Écomusée

Durant nos périodes d'ouverture estivale, entre le 9 juillet et le 28 août, 3 médiations à destination des familles permettent d'approcher le patrimoine de façon ludique :

- Un dolmen en ville
- Sensations Béton
- Il était une matinée en 1958

Ces visites « hors les murs », en groupe de 16 personnes maximum, sont **conçues pour impliquer et faire participer les enfants à partir de 6-7 ans. Elles plaisent tout autant aux enfants qu'aux adultes, qui apprécient de pouvoir eux aussi découvrir et apprendre sur le patrimoine, en même temps que leurs enfants.**



Parcours sensoriel - Sensations Béton.  
Photographe : Rudy Burbant

À l'Écomusée, les familles sont toujours les bienvenues. Des **dispositifs de découverte autonomes** ou des **ateliers créatifs** leur sont proposés **les dimanches hors saison estivale et tous les jours en été**, pour passer un moment privilégié au musée et accéder à une compréhension simplifiée des objets de collection.

Conte illustré « Des canards sur l'Atlantique », distribué durant les vacances de Noël.

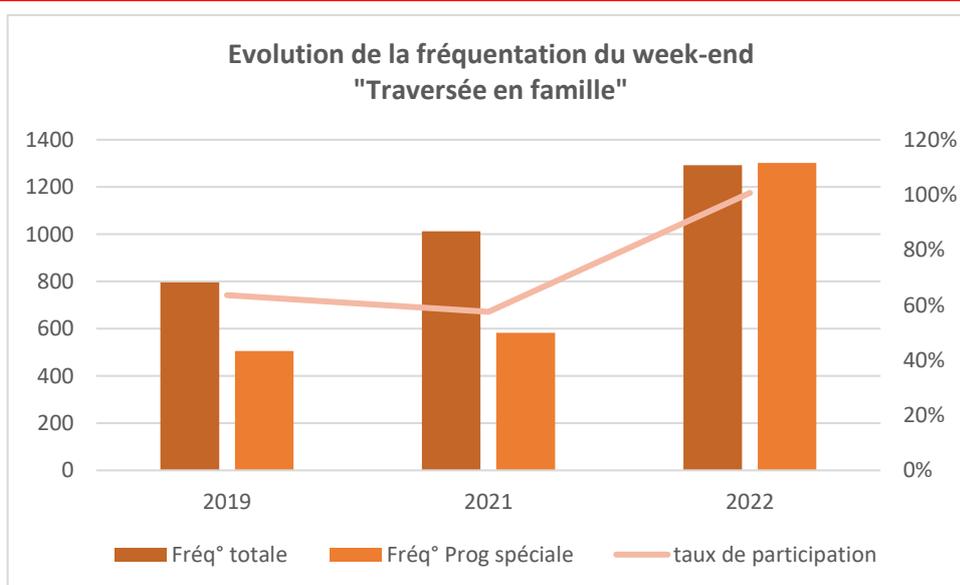
D'après une aquarelle de Jean-Adrien Mercier pour la décoration de la salle de jeux de classe Touriste du paquebot *France*. Photographie : Amélie Le Berre - SNAT. Création : Eugénie Landais - SNAT. Illustrateur : Jean-Adrien Mercier. © ADAGP, Paris 2022. Collection : Saint-Nazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.



### Focus : Traversée en famille – week-end spécial à Escal'Atlantic

**Plus de 1 300 personnes** ont découvert ou redécouvert Escal'Atlantic ce week-end du 11 au 13 novembre 2022. Ces 3 journées ont connu une **excellente fréquentation** et les visiteurs se sont déplacés spécialement pour ça, car le taux de participation aux médiations proposées (nombre de personnes comptabilisées / nombre de visiteurs totaux durant ce week-end) est de 100% !

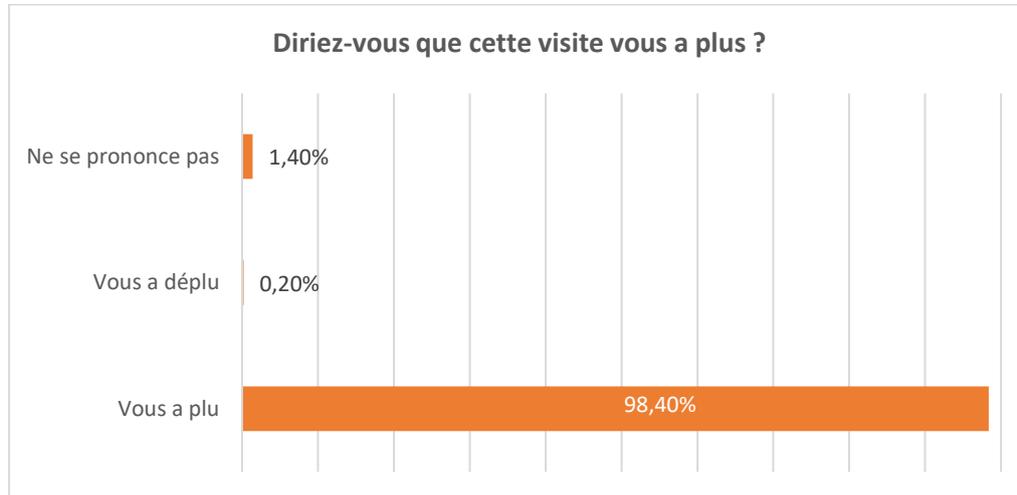
Ce week-end spécial, initié en 2019, devient **un vrai temps fort de notre programmation**, attendu des visiteurs. Sa fréquentation est en nette hausse depuis 3 ans :



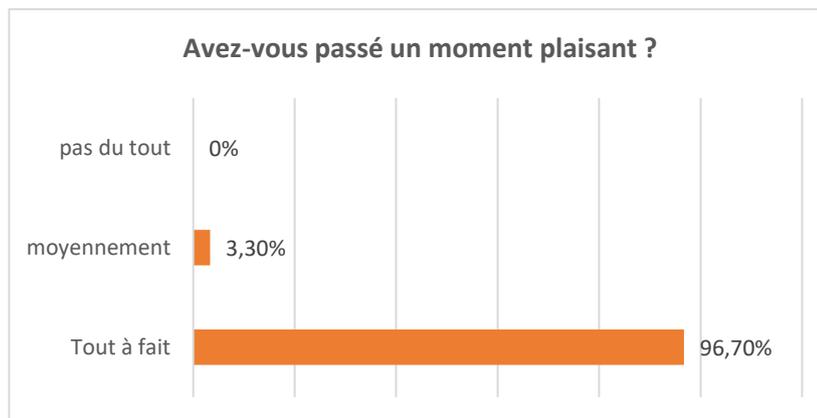
### 5.5.3 L'appréciation des visiteurs

#### Satisfaction globale

À la question « dans l'ensemble, diriez-vous que la proposition à laquelle vous venez d'assister : vous a plu / vous a déplu / ne se prononce pas », **98,4% des visiteurs répondent que cela leur a plu.**



Cela est confirmé par la réponse à la question « diriez-vous que vous avez passé un moment plaisant ? » : **96,7 %** des visiteurs répondent « **un moment tout à fait plaisant** ».



Pour comparaison en 2021 :

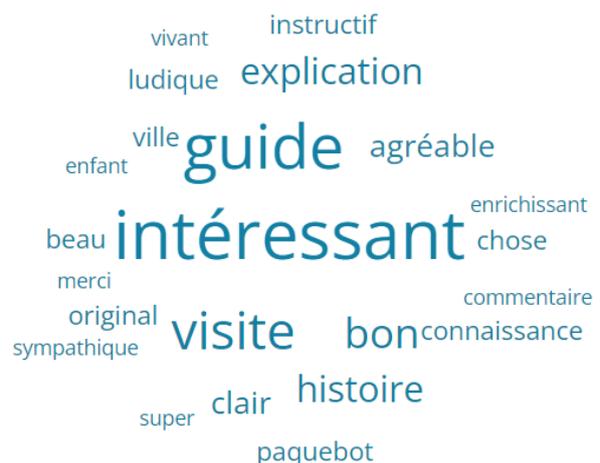
- 98% des visiteurs répondaient que cela leur a plu
- 96% disaient avoir passé un moment tout à fait plaisant.

#### Paroles de visiteurs

>> Les commentaires écrits des visiteurs portent essentiellement sur **la qualité de la visite suivie, sur l'aspect intéressant du contenu, sur la disponibilité et la compétence du/de la guide, sur le bon accueil et le bon moment passé.**

**L'expérience de visite est perçue comme très bonne par nos publics : agréable, enrichissant, bon, clair, beau, ludique, sympathique, instructif, vivant.**

**Les termes employés 40 fois et plus :**



## 5.6. L'action pédagogique, au service du monde éducatif

Les actions éducatives pour l'année 2022 se sont déclinées sous deux dimensions :

- Des actions dans le cadre d'une offre globale pour l'ensemble des établissements scolaires,
- Des actions dans le cadre de **Parcours éducatifs (PEAC)**, initiés par la Ville de Saint-Nazaire et destinés aux établissements publics de la communauté.
- Des projets particuliers menés dans le cadre des **EAC** à destination des collèges et lycées de Saint-Nazaire

**172 interventions ont été réalisées et 3 026 élèves ont pu bénéficier de ces prestations.**



### Nombre d'inscriptions

	Inscriptions reçues	Inscriptions validées	Actions réalisées
Offre pédagogique SNAT	143	70	67
PEAC	95	94	94
EAC	11	11	11
<b>Toutes offres</b>	<b>248</b>	<b>175</b>	<b>172</b>

### Nombre d'actions réalisées

	Actions réalisées	%
Dans les murs	64	37.2
Hors les murs	108	62.8
	<b>172</b>	<b>100</b>

À titre de comparaison, la répartition égalitaire « dans et hors les murs » n'est pas encore celle espérée à l'image de l'année 2019.

### Répartition actions dans les murs / hors-les-murs

#### Années scolaires précédentes

<b>Année scolaire 2021</b> <b>(crise COVID)</b>	<b>Dans les murs</b>	<b>38</b>	<b>22.75</b>
	Hors les murs	129	77.25
		<b>167</b>	<b>100</b>
<b>Année scolaire 2020</b> <b>(crise COVID)</b>	<b>Dans les murs</b>	17	23.6
	Hors les murs	72	76.4
		<b>89</b>	<b>100</b>

### Des propositions pour tous les niveaux

Les propositions de l'année 2022 ont permis aux élèves, de la maternelle aux enseignements supérieurs, de découvrir les différents éléments du patrimoine de la ville, de participer à des événements commémoratifs ou créés à l'initiative de projets construits de façon conjointe.

	Classes des écoles primaires	Classes des établissements de collège	Classes des établissements de lycée et enseignements supérieurs
<b>Offre pédagogique SNAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; La base sous-marine</li> <li>&gt; La classe des années 1950               <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Histoires de ville</li> <li>&gt; Métiers portuaires</li> </ul> </li> <li>&gt; Paquebots d'ici, hier et aujourd'hui</li> <li>&gt; Découverte du musée</li> <li>&gt; Chasseurs de Patrimoine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; La base sous-marine</li> <li>&gt; Ateliers autour des objets de la 2<sup>nd</sup>e Guerre mondiale               <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Histoires de ville</li> <li>&gt; Métiers portuaires</li> </ul> </li> <li>&gt; Les Américains à Saint-Nazaire : 1917-1919</li> <li>&gt; Chasseurs de Patrimoine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; La base sous-marine</li> <li>&gt; Ateliers autour des objets de la 2<sup>nd</sup>e Guerre mondiale               <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Histoires de ville</li> </ul> </li> <li>&gt; Les Américains à Saint-Nazaire : 1917-1919</li> </ul>
<b>PEAC &amp; EAC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Saint-Nazaire, une invitation aux voyages</li> <li>&gt; Regards photographiques : la carte postale               <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Étrange poisson</li> <li>&gt; Mon ami le vent</li> </ul> </li> <li>&gt; Les fêtes nazairiennes</li> <li>&gt; Paquebot de légende : <i>France</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; L'opération Chariot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cartes postales</li> <li>&gt; Conception d'une maquette de l'Espadon</li> </ul>

**Les classes reçues proviennent très majoritairement des établissements primaires de cycle 2 et de cycle 3.**

La participation des établissements secondaires est faible. **Le nombre important d'interventions dans le cadre des PEAC (94 pour les écoles primaires de Saint-Nazaire) explique en grande partie cette prédominance des établissements élémentaires.**



## 6. Les Ressources humaines et détail du personnel par activité

Sur le plan des ressources humaines, l'année 2022 a été marquée par huit démissions et un décès :

Nom	Prénoms	Service	Emploi	Date entrée	Date sortie
ARTEAGA MATEO	MATTHIAS	OT	REPORTER ANIMATEUR CONSEILLER	04/03/2019	22/09/2022
CARIOU	MATHILDE	Patrimoine	HOTE ACCUEIL MEDIATION	25/01/2016	06/11/2022
DENIAUD	FLORIAN	Administratif	COMPTABLE	19/12/2007	30/09/2022
FRANCOIS-LE BASTARD	GUILLAUME	Escal'Atlantic	HOTE ACCUEIL ANIMATION	01/04/2014	11/04/2022
GONZALEZ	MIGUEL	Régie	SUPERVISEUR DE MAINTENANCE	26/07/2021	11/04/2022
GRAVELEAU	GUILLAUME	Administratif	ADMINISTRATEUR - RESP ADMIN	01/06/2006	19/07/2022
HASPOT	WENDY	OT	CONSEILLERE EN SEJOUR	02/12/2019	31/10/2022
OGER	MELANIE	OT	CONSEILLER SEJOUR TOURISTIQUE	25/10/2022	28/10/2022
VINCE	VALENTIN	Escal	AGENT ACCUEIL MEDIATION	01/12/2019	08/06/2022

Les embauches en CDI ont été les suivantes :

Nom	Prénoms	Service	Emploi	Date entrée	Date sortie
GROSSEAU	JEAN-FRANCOIS	Administratif	ADMINISTRATEUR - RESP ADMIN	03/10/2022	
MOLLER	SEMIRA	Patrimoine	TECHNICIENNE REGIE DES OEUVRES	24/01/2022	

Le congé de présence parentale pour Véronique LE GUERINEL a été effectif sur toute l'année 2022.

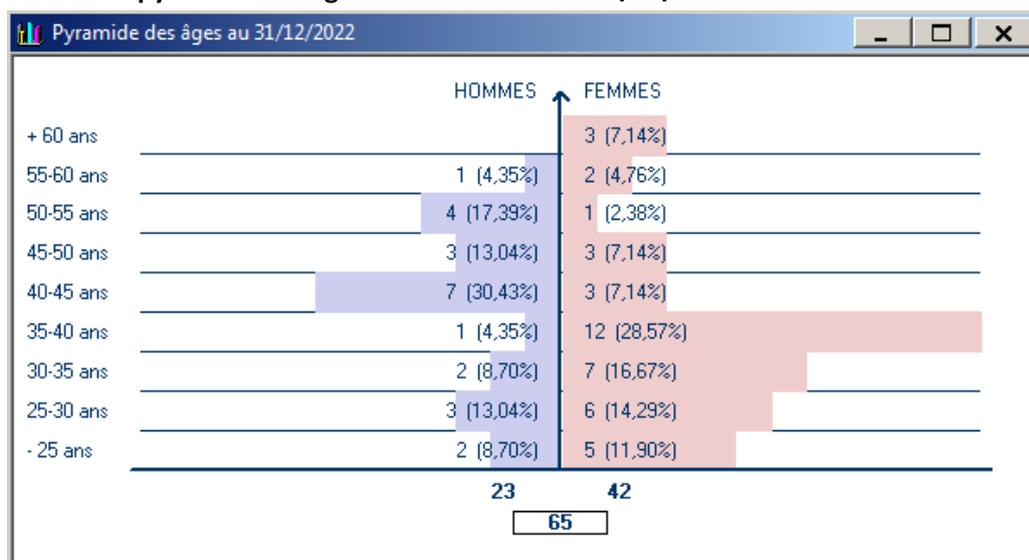
### Les ressources humaines en chiffres en 2022

Activités	CDI
Direction & Administration	6
Ingénierie	1
Marketing	6
Exploitation	24
Office de Tourisme	3
Patrimoine	11

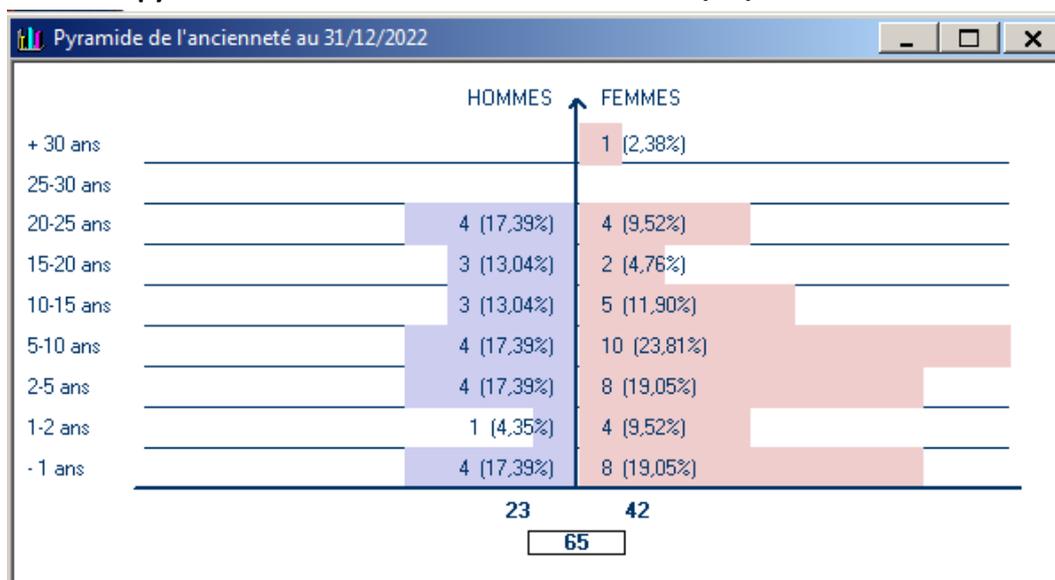
### L'effectif de la structure au 31/12/2022

Répartition des effectifs	Total	CDI	CDD	Employés	Ag. de Maîtrise	Cadres
Femmes	42	35	7	36	3	3
Hommes	23	16	7	14	2	7
<b>Total général</b>	<b>65</b>	<b>51</b>	<b>14</b>	<b>50</b>	<b>5</b>	<b>10</b>

▪ **La pyramide des âges selon l'effectif au 31/12/2022**



▪ **La pyramide de l'ancienneté selon l'effectif au 31/12/2022**



▪ **Répartition de l'effectif moyen en 2022**

Effectif Sécurité Sociale	Effectif Code du Travail			
Période	Nb Hommes	Nb Femmes	Total	Dont CDD *
Janvier 2022	24,60	35,45	60,05	8,80
Février 2022	25,60	43,25	68,85	16,80
Mars 2022	26,60	53,05	79,65	26,60
Avril 2022	24,60	51,05	75,65	26,60
Mai 2022	25,60	51,05	76,65	24,60
Juin 2022	25,60	56,05	81,65	30,60
Juillet 2022	31,60	67,05	98,65	48,60
Août 2022	24,60	55,05	79,65	47,60
Septembre 2022	21,60	54,05	75,65	31,60
Octobre 2022	22,60	54,05	76,65	24,60
Novembre 2022	17,60	34,45	52,05	22,60
Décembre 2022	20,60	40,10	60,70	14,00
<b>Moyenne</b>	<b>24</b>	<b>50</b>	<b>74</b>	<b>27</b>

▪ **Index d'égalité professionnelle femmes - hommes**

Le score de l'index global d'égalité professionnelle femmes-hommes 2022 est non calculable, tout en obtenant un score de 60/65 sur les indicateurs calculables.

▪ **Les Instances Représentatives du Personnel**

Le Conseil économique et social (CSE) est convoqué à une dizaine de réunions par an.

**Listes des membres élus**

**Pour le 1<sup>er</sup> collège « Employés »**

**Titulaires**

- Adeline JOURDAIN
- Hélène GIRARD

**Suppléants**

- Aurélie BAUDET
- Diana LE GRALL

**Pour le 2<sup>ème</sup> collège « Agents de maîtrise et Cadres »**

**Titulaires**

- Sébastien JUBAU
- Matthias SEILLER

**Suppléants**

- Sylvain LUCAS-DUPONT

**Dates des réunions ordinaires du Comité Social Economique avec la Direction :**

mercredi 5 janvier 2022

mercredi 9 mars 2022

mercredi 18 mai 2022

mercredi 6 juillet 2022

mercredi 12 octobre 2022

mercredi 14 décembre 2022

mercredi 9 février 2022

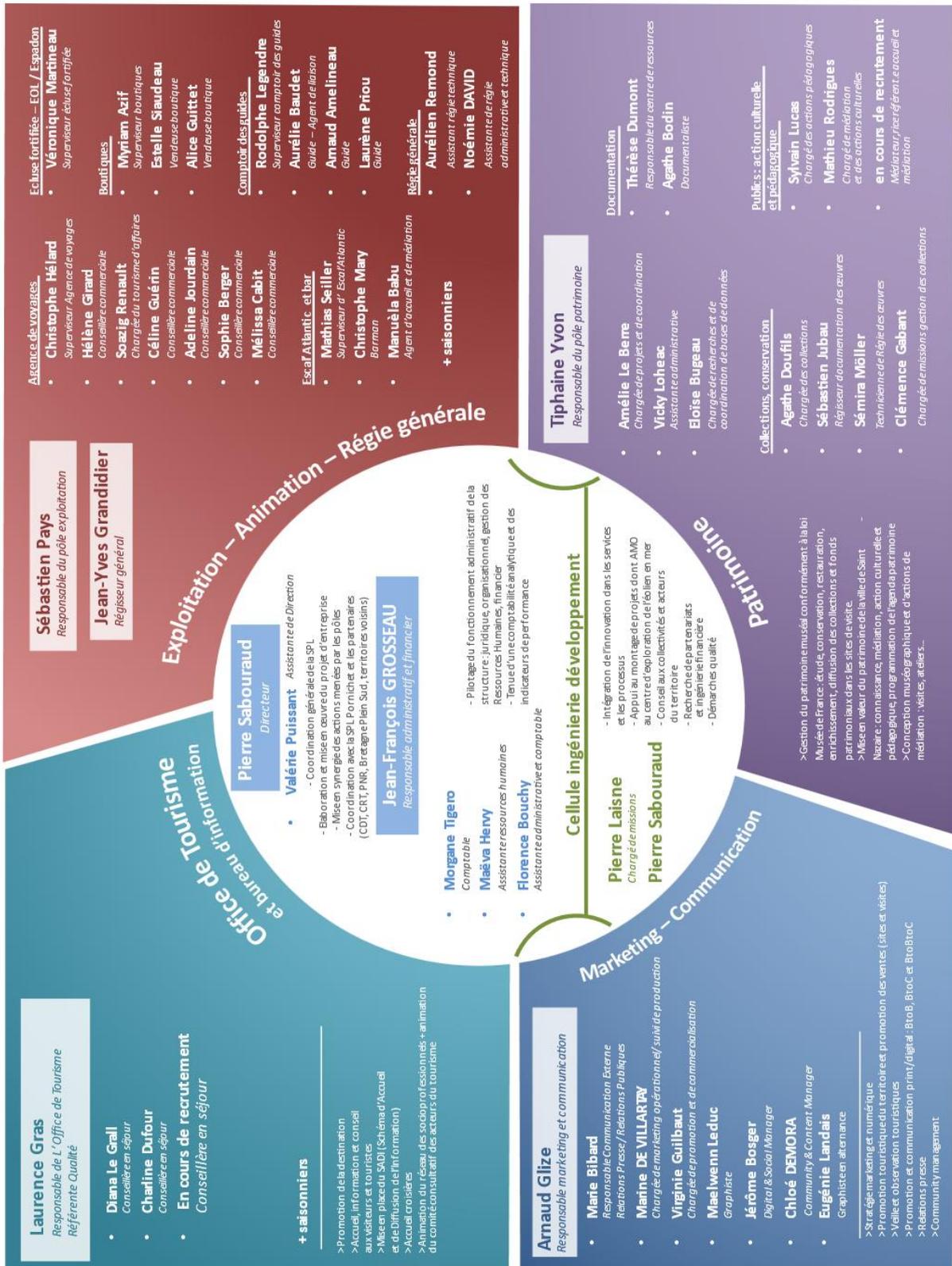
mercredi 6 avril 2022

mercredi 8 juin 2022

mercredi 14 septembre 2022

mercredi 16 novembre 2022

## 7. Organigramme à jour avec la liste des personnels



**8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan comptable général en vigueur certifiés par un commissaire aux comptes agréé. Une information sur les engagements à incidences financières, y compris en matière de personnel, liés à la délégation de service public, et nécessaire à la continuité du service public**

S.A. SAINT NAZAIRE AGGLOMERATION TOURISME  
COMPTES ANNUELS AU 31/12/2022

## Bilan Actif

		31/12/2022			31/12/2021
		Brut	Amort. et Deprac.	Net	Net
	Capital souscrit non appelé (1)				
	<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>				
	Frais d'établissement				
	Frais de développement				
	Concessions brevets droits similaires	88 742,93	48 967,21	39 775,72	19 591,27
	Fonds commercial (1)				
	Autres immobilisations incorporelles				
	Avances et acomptes				
<b>ACTIF IMMOBILISE</b>	<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>				
	Terrains				
	Constructions				
	Installations techniques, mat. et outillage indus.	316 390,41	120 016,07	196 374,34	122 613,51
	Autres immobilisations corporelles	1 263 259,79	514 232,90	749 026,89	711 882,53
	Immobilisations en cours				42 134,99
	Avances et acomptes				
	<b>IMMOBILISATIONS FINANCIERES (2)</b>				
	Participations évaluées selon mise en équival.				
	Autres participations				
	Créances rattachées à des participations				
	Autres titres immobilisés				
	Prêts				
	Autres immobilisations financières				
	<b>TOTAL (II)</b>	<b>1 668 393,13</b>	<b>683 216,18</b>	<b>985 176,95</b>	<b>896 222,30</b>
	<b>STOCKS ET EN-COURS</b>				
	Matières premières, approvisionnements				
	En-cours de production de biens				
	En-cours de production de services				
	Produits intermédiaires et finis				
	Marchandises	122 895,26		122 895,26	99 302,43
	<b>Avances et Acomptes versés sur commandes</b>				
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	<b>CREANCES (3)</b>				
	Créances clients et comptes rattachés	327 606,21	58,50	327 547,71	227 044,60
	Autres créances	296 268,26		296 268,26	304 637,43
	Capital souscrit appelé, non versé				
	<b>VALEURS MOBILIERES DE PLACEMENT</b>				
	<b>DISPONIBILITES</b>	338 864,14		338 864,14	239 749,75
	Charges constatées d'avance	85 084,39		85 084,39	59 326,08
<b>COMPTES DE REGULARISATION</b>	<b>TOTAL (III)</b>	<b>1 170 718,26</b>	<b>58,50</b>	<b>1 170 659,76</b>	<b>930 060,29</b>
	Frais d'émission d'emprunt à étaler (IV)				
	Primes de remboursement des obligations (V)				
	Ecart de conversion actif (VI)				
	<b>TOTAL ACTIF (I à VI)</b>	<b>2 839 111,39</b>	<b>683 274,68</b>	<b>2 155 836,71</b>	<b>1 826 282,59</b>

(1) dont droit au bail

(2) dont immobilisations financières à moins d'un an

(3) dont créances à plus d'un an

## Bilan Passif

	31/12/2022	31/12/2021
Capital social ou individuel	250 000,00	250 000,00
Primes d'émission, de fusion, d'apport ...		
Ecart de réévaluation		
<b>RESERVES</b>		
Réserve légale	3 543,30	3 543,30
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves	47 747,90	67 322,55
Report à nouveau		
Resultat de l'exercice	(122 742,66)	(19 574,65)
Subventions d'investissement	144 903,00	16 625,00
Provisions réglementées		
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>323 451,54</b>	<b>317 916,20</b>
<b>Autres fonds propres</b>		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
<b>Total des autres fonds propres</b>		
<b>Provisions</b>		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges	97 450,00	122 960,00
<b>Total des provisions</b>	<b>97 450,00</b>	<b>122 960,00</b>
<b>DETTES FINANCIERES</b>		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts dettes auprès des établissements de crédit (2)	242 513,40	366 011,22
Emprunts et dettes financières divers (3)		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	11 539,73	12 662,69
<b>DETTES D'EXPLOITATION</b>		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	949 492,56	409 308,37
Dettes fiscales et sociales	524 206,13	589 074,10
<b>DETTES DIVERSES</b>		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	7 183,35	8 350,01
Produits constatés d'avance (1)		
<b>Total des dettes</b>	<b>1 734 935,17</b>	<b>1 385 406,39</b>
Ecart de conversion passif		
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>2 155 836,71</b>	<b>1 826 282,59</b>
Resultat de l'exercice exprimé en centimes	(122 742,66)	(19 574,65)
(1) Dettes et produits constatés d'avance à moins d'un an	1 608 366,29	1 127 090,08
(2) Dont concours bancaires courants, et soldes créditeurs de banques et CCP	1 768,30	
(3) Dont emprunts participatifs		

## Compte de Résultat

1/2

			31/12/2022	31/12/2021	
	France	Exportation	12 mois	12 mois	
PRODUITS D'EXPLOITATION	Ventes de marchandises	469 166,33	469 166,33	266 914,38	
	Production vendue (Biens)				
	Production vendue (Services et Travaux)	3 235 079,75		3 235 079,75	2 993 473,35
	<b>Montant net du chiffre d'affaires</b>	<b>3 704 246,08</b>		<b>3 704 246,08</b>	<b>3 260 387,73</b>
	Production stockée				
	Production immobilisée				
	Subventions d'exploitation			2 774 999,94	3 064 438,60
	Reprises sur provisions et amortissements, transfert de charges			30 474,89	100 329,03
	Autres produits			3 414,65	6 560,13
		<b>Total des produits d'exploitation (1)</b>		<b>6 513 135,56</b>	<b>6 431 715,49</b>
CHARGES D'EXPLOITATION	Achats de marchandises		278 330,15	137 556,56	
	Variation de stock		(23 592,83)	11 307,13	
	Achats de matières et autres approvisionnements				
	Variation de stock				
	Autres achats et charges externes		3 165 058,85	3 552 818,60	
	Impôts, taxes et versements assimilés		172 744,62	220 088,54	
	Salaires et traitements		2 090 121,93	1 861 043,15	
	Charges sociales du personnel		685 039,25	465 064,39	
	Cotisations personnelles de l'exploitant				
	Dotations aux amortissements :				
	- sur immobilisations		231 972,61	177 236,29	
	- charges d'exploitation à répartir				
	Dotations aux dépréciations :				
- sur immobilisations					
- sur actif circulant		58,50			
Dotations aux provisions					
Autres charges		85 506,68	72 070,95		
	<b>Total des charges d'exploitation (2)</b>		<b>6 685 239,76</b>	<b>6 497 185,61</b>	
	<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>(172 104,20)</b>	<b>(65 470,12)</b>	

## Compte de Résultat

2/2

	31/12/2022	31/12/2021
	<b>(172 104,20)</b>	<b>(65 470,12)</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>		
Opérat. comm.		
Bénéfice attribué ou perte transférée		
Perte supportée ou bénéfice transféré		
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>		
De participations (3)		
D'autres valeurs mobilières et créances d'actif immobilisé (3)		
Autres intérêts et produits assimilés (3)		
Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges		
Différences positives de change		6,04
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		
<b>Total des produits financiers</b>		<b>6,04</b>
<b>CHARGES FINANCIERES</b>		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Intérêts et charges assimilées (4)	1 370,56	1 997,30
Différences négatives de change		
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement		
<b>Total des charges financières</b>	<b>1 370,56</b>	<b>1 997,30</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>(1 370,56)</b>	<b>(1 991,26)</b>
<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS</b>	<b>(173 474,76)</b>	<b>(67 461,38)</b>
<b>PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>		
Sur opérations de gestion	35 160,10	45 910,87
Sur opérations en capital	15 607,00	2 375,00
Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges		
<b>Total des produits exceptionnels</b>	<b>50 767,10</b>	<b>48 285,87</b>
<b>CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>		
Sur opérations de gestion	35,00	399,14
Sur opérations en capital		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
<b>Total des charges exceptionnelles</b>	<b>35,00</b>	<b>399,14</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>50 732,10</b>	<b>47 886,73</b>
PARTICIPATION DES SALAIRES		
IMPOTS SUR LES BENEFICES		
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>6 563 902,66</b>	<b>6 480 007,40</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>6 686 645,32</b>	<b>6 499 582,05</b>
<b>RESULTAT DE L'EXERCICE</b>	<b>(122 742,66)</b>	<b>(19 574,65)</b>

(1) dont produits afférents à des exercices antérieurs

79,55

(2) dont charges afférentes à des exercices antérieurs

(3) dont produits concernant les entreprises liées

(4) dont intérêts concernant les entreprises liées

## Annexe

### ◆ INTRODUCTION

Les comptes annuels de l'exercice ont été élaborés et présentés conformément aux règles générales applicables en la matière et dans le respect du principe de prudence.

Le bilan de l'exercice présente un total de 2 155 837 euros.

Le compte de résultat, présenté sous forme de liste, affiche un total produits de 6 563 903 euros et un total charges de 6 686 645 euros, dégageant ainsi un résultat de -122 743 euros.

L'exercice considéré débute le 01/01/2022 et finit le 31/12/2022.  
Il a une durée de 12 mois.

Les notes ou les tableaux ci-après font partie des comptes annuels

### ◆ FAITS CARACTÉRISTIQUES

La SPL SNAT est titulaire d'une délégation de service public pour mise en oeuvre des missions d'office de tourisme intercommunal de la CARENE, l'exploitation des équipements touristiques d'intérêt communautaire, la connaissance, la conservation et la mise en valeur du patrimoine de la ville de Saint-Nazaire incluant la gestion de l'écomusée de Saint Nazaire.

Suite au contexte économique actuel, les dépenses d'énergie ont fortement augmenté sur l'exercice.

### ◆ RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les comptes annuels sont établis en respectant les principes généraux suivants :

- Image fidèle, comparabilité, continuité de l'activité
- Régularité, sincérité
- Prudence
- Permanence des méthodes

Les éléments inscrits en comptabilité sont évalués par référence à la méthode des coûts historiques.

Les comptes annuels ont été établis conformément au règlement ANC n°2016-07 du 4 novembre 2016 relatif au Plan comptable général homologué par l'arrêté du 26 décembre 2016.

Les modes et méthodes d'évaluations spécifiques à divers postes des comptes annuels sont décrits ci-après.

## Annexe

### Valeurs Immobilisées

S'agissant d'une délégation de service public, il convient de distinguer au titre de l'actif immobilisé les biens de retour, les biens de reprise et les biens propres.

1/Les biens de retour correspondent aux biens indispensables au service public. Ce sont les biens qui doivent retourner à la collectivité concédante en fin de concession.

2/Les biens de reprise se définissent par le caractère facultatif du droit de retour de la collectivité concédante ou dans quelques cas rares par une obligation de rachat. Contrairement aux biens de retour, ils ne sont pas indispensables au service public exploité, ils demeurent en revanche utiles.

3/Les biens propres correspondent aux biens acquis ou construites par le concessionnaire qui font partie de son domaine privé. Ces biens ont été acquis ou construits pour l'exercice d'activités indépendantes de la concession mais ils peuvent également être affectés à l'exploitation du service délégué.

### BIENS DE RETOUR DE LA PRESENTE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC :

Dans la présente délégation de service public les équipements mis à la disposition du délégataire pour l'exécution de la mission prévue à la présente convention sont constitués d'ouvrages, installations, matériels et appareils.

Ces ouvrages et équipements sont la propriété des autorités concédantes. Ils ont été affectés à une mission de service public et sont aménagés spécialement à cet effet.

Dans ces conditions, ces équipements relèvent du domaine public des autorités concédantes.

Les principaux biens de retour mis à disposition de la SPL SNAT par l'autorité concédante sont les suivants :

Au titre de L'ECOMUSEE : Les bâtiments abritant l'Ecomusée, les biens mobiliers présents dans ces locaux et les réserves des collections de la Ville de Saint-Nazaire.

Au titre du TUMULUS DE DISSIGNAC : Le Tumulus de Dissignac, ainsi que le local de billetterie/accueil qui y est associé.

Au titre de L'OFFICE DE TOURISME DE SAINT-NAZAIRE : Les bâtiments concernés (office de tourisme et bureau, kiosque alvéole 9) situés dans la base sous-marine de Saint Nazaire, les biens mobiliers présents dans ces locaux.

## Annexe

Au titre de l' ESCAL'ATLANTIC : L'équipement Escal'Atlantic :

\* Equipements situés dans les alvéoles 6 et 7, rampe d'accès à l'équipement dans l'alvéole 8 à l'exclusion de la verrière située sur le domaine public de la Ville de Saint-Nazaire, trois boxes de stockage situés dans l'alvéole 5 bis et l'ensemble des éléments constituant celui-ci (ex : éléments scénographiques) seront mis à disposition du délégataire.

\* La billetterie (kiosque alvéole 8), les bureaux et sanitaires situés dans l'alvéole 8 et le ponton situé à l'arrière de l'espace "Salon du Port" dans l'alvéole 7 à l'exclusion du ponton de l'alvéole 8 seront mis à disposition du délégataire dans les mêmes conditions.

\* Les biens mobiliers présents dans ces locaux.

Au titre de l' ECLUSE FORTIFIEE (Sous-marin Espadon et Centre d'exploration de l'éolien)

L'ensemble de l'écluse fortifiée qui abrite le Sous-marin Espadon sera mis à disposition du délégataire pour l'exercice de ses missions dans la limite interne de la clôture du sas et plus précisément :

\* Le hall d'accueil et ses annexes (sanitaires, locaux techniques, réserve, local de repos du personnel) ;

\* La salle d'exposition attenante au sous-marin Espadon ;

\* La terrasse panoramique de l'écluse fortifiée et ses accès :  
l'ascenseur de la terrasse panoramique ;  
l'escalier principal ;  
un escalier de secours ;  
un local de stockage sur la terrasse de l'écluse fortifiée.

Ces biens de retour n'ont pas fait l'objet d'une évaluation et d'une inscription à l'actif immobilisé en raison de l'absence d'informations fiables quant à leur valorisation.

### **BIENS DE REPRISE DE LA PRESENTE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC :**

Dans le cadre de la présente délégation, les biens de reprise sont les biens utiles à l'exploitation du service délégué, acquis ou réalisés par le délégataire et financés par lui, qui ne

## Annexe

seraient pas amortis au terme de la délégation.

Ils pourront être repris par la Ville de Saint Nazaire et la CARENE, si elles le souhaitent, moyennant un prix sur la base de leur valeur nette comptable.

Leur acquisition par délégation devra avoir été précédée d'une approbation expresse de la Ville de Saint Nazaire et la CARENE.

### **BIENS PROPRES DE LA PRESENTE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC :**

Les biens propres se composent de biens financés en partie par des recettes de la convention de délégation de service public et qui ne sont pas exclusivement affectés à la délégation de service public.

Ils peuvent être conservés par le délégataire à l'issue de la convention de délégation de service public.

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée des biens dans le patrimoine, compte tenu des frais nécessaires à la mise en état d'utilisation de ces biens et selon les options figurant sous le tableau « Etat de l'actif immobilisé ». Ces éléments n'ont pas fait l'objet d'une réévaluation légale ou libre.

L'amortissement économique a été calculé selon les modalités spécifiées pour chacune des catégories sous le tableau « Etat des amortissements ».

En cas d'utilisation de mode ou durée différent sur le plan fiscal, le complément de dotations est porté en amortissement dérogatoire.

Les éléments de l'actif immobilisé ont été, le cas échéant, dépréciés par voie de provision pour tenir compte de leur valeur actuelle à la date de clôture de l'exercice

### **Stocks et en cours**

Les matières et marchandises ont été évaluées à leur coût d'acquisition.

### **Créances et dettes**

Les créances et les dettes ont été évaluées pour leur valeur nominale.

Les créances et les dettes en monnaies étrangères ont été converties et comptabilisées sur la base du dernier cours de change précédant la date de clôture de l'exercice.

## Annexe

### Disponibilités

Les liquidités disponibles en banque ou en caisse ont été évaluées pour leur valeur nominale.

### Engagements en matières de pensions et retraites

(Code du Commerce Art. R123-197; PCG Art 531-2/9, Art 532-12)

Les engagements de retraite de la société sont uniquement constitués par les indemnités de fin de carrière, aucun contrat de retraite à prestations définies n'a été mis en place.

Les hypothèses de travail sont :

- Méthode : IAS 19 : méthode des unités de crédits projetés
- Table de mortalité : Table INSEE 2016-2018 (système)
- Turn-over : Faible
- Option de départ choisie : Départ volontaire lorsque les salariés pourront bénéficier de la retraite à taux plein
- Taux de charges patronales : 45% pour les agents de maîtrise, les employés et les ouvriers  
50% pour les cadres supérieurs et les cadres
- Taux d'actualisation financière : 1.48%
- Taux d'évolution des salaires : 1%

Le montant des IFC au 31/12/2022 s'établit à 97 450 €. La reprise de provision de l'exercice s'établit à la somme de 25 510 € (122 960 - 97 450).

### Composition du capital social

Actions ordinaires entièrement libérées : 25 000 actions à la clôture de l'exercice pour une valeur nominale unitaire de 100 €.

Nombre de titres créés pendant l'exercice : 0

Nombre de titres cédés pendant l'exercice : 0

### Engagement financiers

Accordés par : LA CARENE

1er engagement reçu pour une valeur de 150 000€

Prêt de 300 000€ souscrit en juin 2018 auprès de la Banque Postale qui a donné lieu à une garantie de la COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE LA REGION NAZAIRIENNE ET DE L'ESTUAIRE à hauteur de 50%, soit une somme de 150 000€.

Le capital dû à la clôture de l'exercice s'élève à la somme de 60 794.29 €.

2nd engagement reçu pour une valeur de 150 000€

Prêt de 300 000€ souscrit en janvier 2020 auprès de la Banque Postale qui a donné lieu à une garantie de la COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE LA REGION NAZAIRIENNE ET DE L'ESTUAIRE à hauteur de 50% soit une somme de 150 000€.

## Annexe

Le capital dû à la clôture de l'exercice s'élève à la somme de 165 575 €.

### Effectif moyen

Effectif 2022 : 74 (24 hommes + 50 femmes)

Effectif 2021 : 55 (21 hommes + 34 femmes)

### Information sur les honoraires du commissaire aux comptes

Au titre du contrôle légal des comptes annuels : 9 348 €

## Annexe libre

### Méthodes et durées d'amortissement pratiquées sur les biens neufs

<u>POSTE</u>	<u>MODE D'AMORTISSEMENT</u>	<u>DURÉE</u>
Brevets, licences, logiciels	Consommation temps	de 3 à 5 ans
Installations spécialisées	Consommation temps	de 3 à 10 ans
Objets de collection	Consommation temps	Non amortis
Installations générales	Consommation temps	de 3 à 10 ans
Matériel de transport	Consommation temps	de 2 à 5 ans
Matériel informatique	Consommation temps	de 3 à 5 ans
Mobilier	Consommation temps	de 5 à 10 ans

## Les conclusions du rapport du Commissaire aux Comptes

### 9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités

Les charges communes générales, celles pour le secteur marchand (sites de visites, visites d'entreprises, boutiques, bar, agence de voyages, tourisme d'affaires) et les contributions d'équilibre ont été réparties au prorata de la part de chiffre d'affaires de chaque activité.

	Repartition analytique par activités												
	Budget '22 réévalué	Réalisé '22	Office de Tourisme	Event	Agence de Voyages	Visites Guidées	Escal/Atlantic	Espadon	Eol	Ecomusée	Tumulus	Patrimoine	Ingenierie/FCT
Billetteries	2 571 722	2 545 904	56	15 791	1 221	768 669	753 232	852 351	87 920	56 742	5 355	3 670	897
Boutiques	416 320	426 367					227 166	199 201					
Bar	42 000	42 799					42 799						
Forfaits touristiques	135 000	165 072	800		164 272								
Tourisme d'affaires	300 000	264 222	3 608	228 727		13 777						18 110	
<b>Sous total CA</b>	<b>3 465 042</b>	<b>3 444 364</b>	<b>4 463</b>	<b>244 518</b>	<b>165 493</b>	<b>782 446</b>	<b>1 023 196</b>	<b>1 051 552</b>	<b>87 920</b>	<b>56 742</b>	<b>5 355</b>	<b>21 780</b>	<b>897</b>
Autres subventions	10 000	43 000										19 000	24 000
Autres produits	0	3 415		2 492		891							32
Transfert de charges	15 000	4 965											4 965
<b>Total Recettes</b>	<b>6 258 542</b>	<b>6 487 625</b>	<b>8 004</b>	<b>440 956</b>	<b>296 759</b>	<b>1 403 957</b>	<b>1 834 775</b>	<b>1 885 623</b>	<b>157 656</b>	<b>101 749</b>	<b>9 603</b>	<b>58 056</b>	<b>290 486</b>
Achats boutiques	-249 792	-238 912					-127 359	-111 553					
Achats bar	-25 200	-15 825					-15 825						
Achats forfaits touristiques	-120 000	-142 508	-3 319	-142 508								-23 296	
Achats tourisme d'affaires	-207 531	-194 438		-167 823									
Achats autres prestations revendus	-40 000	-132 722											-132 722
Achats prestations et matériels pour Fluides et énergies	-267 000	-407 675	-528	-28 941	-19 588	-92 610	-121 105	-124 462	-10 406	-6 716	-634	-2 578	-106
Petits équipements et fournitures	-83 000	-96 251	-125	-6 833	-4 625	-21 865	-28 593	-29 385	-2 457	-1 586	-150	-609	-25
Locations et redevances	-852 913	-869 864	-760	-41 652	-28 191	-416 425	-174 294	-179 125	-14 977	-9 666	-912	-3 710	-153
Entretien, maintenance et télésurvei	-436 520	-456 093	-591	-32 378	-21 914	-103 609	-195 489	-139 244	-11 642	-7 514	-709	-2 884	-119
Services externes	-210 000	-210 465	-273	-14 941	-10 112	-47 811	-62 522	-64 254	-5 372	-3 467	-327	-1 331	-55
Communication et publicité	-506 460	-467 835	-606	-33 212	-22 478	-106 277	-138 977	-142 828	-11 942	-7 707	-727	-2 958	-122
Autres services externes	-170 000	-187 208	-243	-13 290	-8 995	-42 527	-55 613	-57 154	-4 779	-3 084	-291	-1 184	-49
Impôts et taxes	-206 000	-172 745	-224	-12 263	-8 300	-39 242	-51 316	-52 738	-4 409	-2 846	-269	-1 092	-45
Salaires et charges sociales	-2 696 626	-2 775 161	-3 596	-197 011	-133 339	-630 425	-824 400	-847 247	-70 838	-45 718	-4 315	-17 549	-723
Autres charges	-62 500	-85 507	-111	-6 070	-4 108	-19 424	-25 401	-26 105	-2 183	-1 409	-133	-541	-22
Produits financiers		50 766	66	3 604	2 439	11 532	15 081	15 499	1 296	836	79	321	13
Charges financières	-1 700	-1 371	-2	-97	-66	-311	-407	-418	-35	-23	-2	-9	0
Produits exceptionnels	0	25 510	33	1 811	1 226	5 795	7 578	7 788	651	420	40	161	7
Charges exceptionnelles	0	-35	0	-2	-2	-8	-10	-11	-1	-1	0	0	0
Reprise sur provisions													
Dotation aux amortissements et pro	-162 000	-232 031	-301	-16 472	-11 149	-52 710	-68 928	-70 838	-5 923	-3 822	-361	-1 467	-60
Impôts sur les sociétés et participat	0	0											
<b>Total Dépenses</b>	<b>-6 297 242</b>	<b>-6 610 369</b>	<b>-10 579</b>	<b>-565 571</b>	<b>-411 710</b>	<b>-1 555 917</b>	<b>-1 807 582</b>	<b>-1 822 075</b>	<b>-143 016</b>	<b>-92 301</b>	<b>-8 711</b>	<b>-58 726</b>	<b>-134 181</b>
<b>Résultat</b>	<b>-38 700</b>	<b>-122 744</b>	<b>-2 576</b>	<b>-124 615</b>	<b>-114 951</b>	<b>-151 960</b>	<b>27 194</b>	<b>63 548</b>	<b>14 640</b>	<b>9 449</b>	<b>892</b>	<b>-669</b>	<b>156 305</b>

## 10. Inventaire des biens

Un inventaire des biens a été réalisé en 2019 par la société Collomé Frères en lien avec les équipes de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Le document est disponible sur demande. ce dernier sera remis à jour d'ici fin juin 2023.

## 11. Un journal de bord des travaux réalisés par le délégataire

Lancement audits énergétiques dans le cadre du programme CARENE / ACTEE pour Escal'Atlantic, l'écomusée et l'écluse fortifiée

La CARENE a doté SNAT d'une subvention d'investissement de 120.000€ pour l'année de 2022 afin d'engager le remplacement de certains équipements.

Désignation	Montant Prévu	Montant engagé
Subvention allouée :	120 000,00 €	111 951,20 €
Escal'Atlantic : Mission Bureau d'étude pour Evolution des chaloupes	10 000 €	
Escal'Atlantic : Remplacement Videoprojecteurs Grand Large	80 000 €	61 125 €
Escal'Atlantic : Remplacement Logiciel SoftEdge Videoprojecteurs Grand Large		6 485 €
Escal'Atlantic : Changement Show Control suite à obsolescence	30 000 €	11 198 €
OTSI : Remplacement Chauffages		11 971,70 €
Sous-marin Espadon : Remplacement centrales d'air		21 172,00 €

### Informatique et réseaux :

- Sortie de la SNAT du réseau informatique de la ville de Saint-Nazaire
- Remise à jour du système de surveillance du climat pour l'ensemble des sites

### Office du Tourisme et Base sous-marine :

- Remplacement des chauffages de l'OTSI vétustes par un système Climatisation.
- Remplacement de nombreux groom sur portes vitrés des kiosques suite à usure ou mouvements du sol.

### Escal'Atlantic :

- Changement du showcontrol en charge du pilotage de la scénographie.
- Remplacement des 6 vidéoprojecteurs et de son système de softedge pour le dispositif Grand Large.
- Début du chantier du remplacement du Groupe froid destiné à assurer la conservation des œuvres, et le confort de visite. Chantier VSN – SNAT.
- Amélioration de la sureté de porte suite à plusieurs tentatives d'intrusions.
- Remplacement du serveur de vidéosurveillance.
- Remplacement de l'Alarme Intrusion sur Escal'Atlantic pour passage en IP.

### Ecluse Fortifiée :

- VSN / Carène : Divers constats de fuites en attente d'intervention.
- Etude sur l'acoustique du Hall de l'écluse fortifiée afin d'atténuer l'ambiance sonore.
- Remplacement des deux centrales d'air du Sous-marin Espadon suite à fin de vie de pièces de rechanges.
- Amélioration du pilotage d'EOL, et de la projection immersive en fin de parcours.

### Ecomusée :

- Diverses interventions.

### Réserves Muséales :

- Remplacement de l'Alarme intrusion des Réserves muséales suite à panne. Passage en IP.
- Réparation Centrale d'air aux Réserves Muséales suite à fuite de gaz sur le compresseur.

### Siège :

- Remplacement d'une partie des sols dégradés au siège.

\*\*\*\*

\*\*

\*

## 12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

Les réunions du **Conseil d'administration** eurent lieu :

- Le 05 avril 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 07 juin 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 22 novembre 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire

Les réunions de **l'Assemblée spéciale** eurent lieu :

- Le 05 avril 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 07 juin 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire
- Le 22 novembre 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire

**L'Assemblée générale** s'est tenue le 07 juin 2022, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.

### Les actionnaires, les censeurs et leurs représentants

Par délibération du Conseil communautaire de la CARENE du 15 septembre 2020 et selon le Conseil d'administration de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme du 13 octobre 2020, **Céline GIRARD-RAFFIN est désignée Présidente Directrice générale** de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme.

Conseil d'Administration					
CARENE (10 sièges)	 <b>Céline GIRARD-RAFFIN</b> girardc@mairie-saintnazaire.fr	 <b>Jean-Claude PELLETEUR</b> jopelleteur@mairie-pornichet.fr	 <b>Marie-Anne HALGAND</b> halgandma@saint-joachim.fr	 <b>Sylvie CAUCHIE</b> sylvie.cauchie@besne.fr	 <b>Claude AUFORT</b> ct.aufort@gmail.com
	 <b>François CHENEAU</b> f.cheneau@wanadoo.fr	 <b>Franck HERVY</b> agendamaire@lachapellesmarais.fr	 <b>Mathieu CÔËNT</b> coentm@ville-st-andre-des-eaux.fr	 <b>Jean-Michel CRAND</b> crandjm@agglo-carene.fr	 <b>Thierry NOGUET</b> noguett@agglo-carene.fr
	 <b>Béatrice PRIOU</b> prioub@mairie-saintnazaire.fr	 <b>Michel RAY</b> raym@mairie-saintnazaire.fr	 <b>Sarah TRICHET-ALLAIRE</b> trichetallas@mairie-stnazaire.fr	 <b>Christophe DAGUIZE</b> cdaguize@mairie-pornichet.fr	 <b>Rémy OHRON</b> remy.ohron@loire-atlantique.fr
	 <b>Laurent PONNELLE</b> ponnellet@ville-st-andre-des-eaux.fr	 <b>Franck LOUVRIER</b> franck.louvrier@mairie-labaule.fr	 <b>Raphaël SALAÛN</b> salaunr@saint-joachim.fr		

## Censeurs

PNR de Brière



**Alain GEFROY**

info@parc-naturel-briere.fr

CCI Nantes Saint-Nazaire



**Laurent DUPONT**

direction@hoteldeurope.eu

Nantes Métropole



**Fabrice ROUSSEL**

fabrice.rousseau@nantesmetropole.fr

Comité consultatif des acteurs



**Jérôme LEGOUX**

jerome@agoris.fr

## Assemblée spéciale | Censeurs

Ville de Montoir-de-Bretagne



**Isabelle LE CLANCHE**

i.jacquemard@montoirdebretagne.fr

Ville de Donges



**Didier RIAUD**

d.riaud@ville-donges.fr

Ville de Trignac



**Hervé MORICE**

hervemorice@free.fr

Ville de La Chapelle-des-Marais



**Sylviane BIZEUL**

contact@lachapelledesmarais.fr

Région des Pays de la Loire



**Andréa PORCHER**

andrea.porcher@paysdelaloire.fr

Ville de Saint-Malo-de-Guersac



**Anne-Marie BOSCHEREL**

annemarie.boscherel@saintmalodeguersac.fr

Ville de Saint-Joachim



**Raphaël SALAÛN**

salaunr@saint-joachim.fr

Ville de Besné



**Tony LE PEN**

tonylepen.besne@orange.fr

## Assemblée générale

CARENÉ



**Céline GIRARD**

girardc@mairie-saintnazaire.fr

Ville de Saint-Nazaire



**Béatrice PRIOU**

prioub@mairie-saintnazaire.fr

Ville de Pornichet



**Christophe DAGUIZE**

cdaguize@mairie-pornichet.fr

Ville de Saint-André-des-Eaux



**Laurent PONNELLE**

ponnel@ville-st-andre-des-eaux.fr

Cap Atlantique



**Franck LOUVRIER**

franck.louvier@mairie-labaule.fr

Département de Loire-Atlantique



**Rémy OHRON**

remy.ohron@loire-atlantique.fr

Région Pays de la Loire



**Andréa PORCHER**

andrea.porcher@paysdelaloire.fr

Ville de Montoir-de-Bretagne



**Thierry NOGUET**

noguett@agglo-carene.fr

Ville de Donges



**Didier RIAUD**

d.riaud@ville-donges.fr

Ville de Trignac



**Sébastien WAIRY**

adresseemail@saint-nazaire.fr

Ville de La Chapelle-des-Marais



**Sylviane BIZEUL**

contact@lachapelledesmarais.fr

Ville de Saint-Malo-de-Guersac



**Laurette HALGAND**

laurette.halgand@saintmalodeguersac.fr

Ville de Saint-Joachim



**Raphaël SALAÛN**

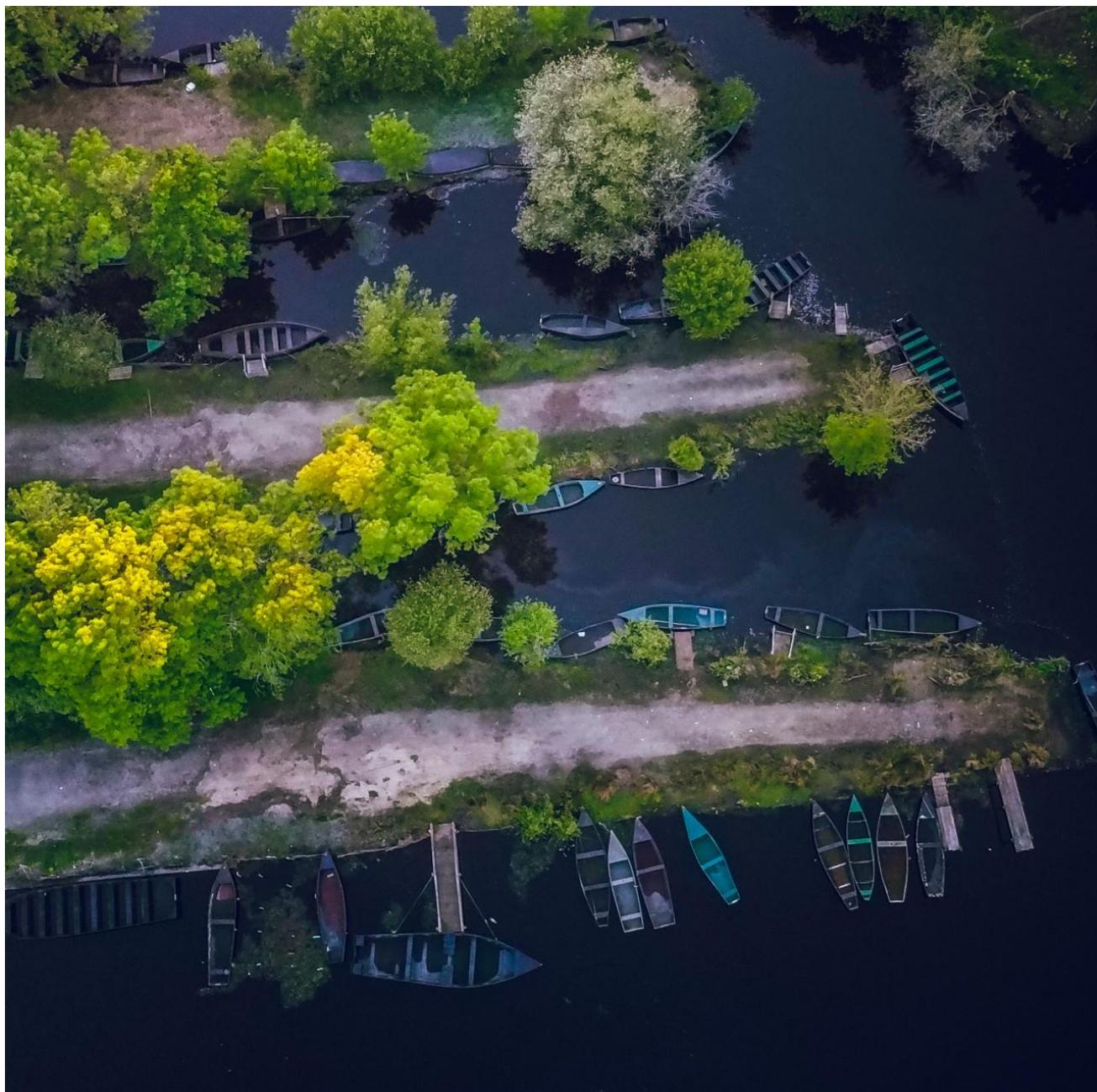
salaunr@saint-joachim.fr

Ville de Besné



**Tony LE PEN**

tonylepen.besne@orange.fr



*Port de la Chaussée Neuve – Antoine Lemarié, lauréat du concours photo Instagram 2022.*





# saint-nazaire RENVERSANTE®



#SaintNazaireRenversante



**Saint-Nazaire Agglomération Tourisme**

SPL au capital de 250 000 €

Siège sis 3 boulevard de la Légion d'Honneur F – 44600 Saint-Nazaire

[saint-nazaire-tourisme.com](http://saint-nazaire-tourisme.com) | [saint-nazaire-musees.com](http://saint-nazaire-musees.com)

RCS Saint-Nazaire 828 620 831 - SIRET 828 620 831 00010 - APE 7990Z - TVA FR49 828620831

