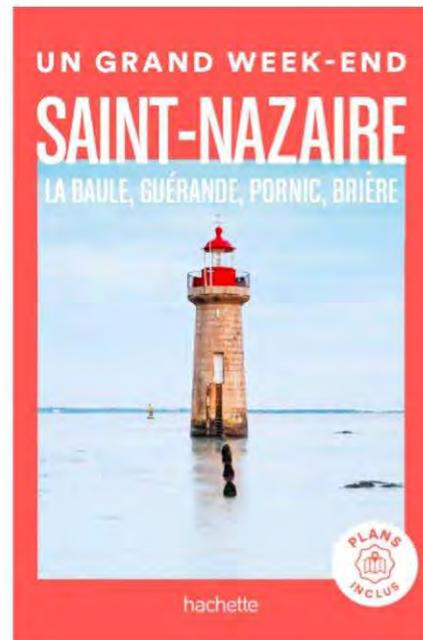


saint-nazaire
agglomération
TOURISME® ●●●

Rapport annuel d'activité

2023



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

Le rapport moral de la Présidente – Directrice générale	p. 4
I - Les actions spécifiques et faits marquants de l'année 2023	
1. La création du 1 ^{er} Tiny-Office de Tourisme de l'ouest de la France	p. 7
2. Le Centenaire de l'aéronautique à l'Ecomusée	p. 9
3. Le chantier des collections et le Centre de conservation muséale en lien avec le PNR de Brière	p. 13
4. Les campagnes de communication	p. 14
5. Le guide Hachette <i>Un grand week-end à Saint-Nazaire & en Brière</i>	p. 16
6. La création d'une photothèque en ligne	p. 17
7. Tableau de bord des indicateurs touristiques	p. 19
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	
1. Le projet d'entreprise 2022 - 2027	p. 30
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. 33
3. Les données liées aux activités : ventes boutique, restauration, nature et nombre des animations et événements	p. 44
4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année	p. 45
4.1. L'Office de Tourisme intercommunal	p. 45
4.2. Le marketing	p. 56
4.3. Les partenariats	p. 65
4.4. Les démarches qualité	p. 68
4.5 Les missions d'ingénierie	p. 69
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. 73
6. Les ressources humaines	p. 102
7. L'organigramme à jour avec la liste des personnels	p. 105
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. 106
9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités	p. 117
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. 119

Le rapport moral de la Présidente Directrice générale



2023 : une dynamique retrouvée, tout en vigilance !

Depuis sa création en 2017, la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme a créé ou a contribué à la mise en place de nouveaux services à l'attention des publics, annuellement. L'année 2023 est dans la continuité de cette dynamique avec trois conceptions et réalisations majeures :

- Le 4 juillet, l'inauguration du Tiny – Office de Tourisme intercommunal sur le port de la Chaussée Neuve à Saint-André des Eaux.
- Lors des Journées Européennes du Patrimoine, le dévoilement du nouveau module de l'Écomusée dans le cadre du Centenaire de l'aéronautique à Saint-Nazaire.
- La sortie du guide Hachette dans la collection « Un grand week-end à » spécifique à Saint-Nazaire & la Brière.

Parallèlement, la programmation de la Saison patrimoine, l'enrichissement des offres de visite, l'augmentation des croisières, notamment celles à destination du 1^{er} parc éolien français en mer, ont contribué à atteindre des chiffres de fréquentation record.

Quelques éléments chiffrés :

- La fréquentation totale des sites et des visites : 337.000 personnes soit + 1,3 % des objectifs fixés et contre 315.550 personnes en 2022.
- Le chiffre d'affaires des billetteries s'élève à 2.98 million d'euro, + 17 % comparé à 2022
- Fréquentation de la Saison patrimoine : 23.200 participants contre 19.500 participants en 2022, soit + 19 %.
- La fréquentation des Journées Européennes du patrimoine : 4.010 personnes contre 3.800 en 2022.
- La fréquentation physique de l'Office de Tourisme : 62.887 personnes accueillies sur un objectif de 72.000 et 26.060 actes de renseignements sur un objectif de 25.000. A quoi s'ajoute le nombre de contacts réalisés en hors les murs et au Tiny Office : respectivement 1.492 et 1.213 soit un total de 2.705 actes de renseignement sur un objectif de 3.000.
- Le numérique progresse toujours avec 993 000 visiteurs uniques (600 000 en 2022), pour un total de 2 600 000 pages vues. Le numérique permet d'assurer plus de 50 % du chiffres d'affaires de billetterie.

La richesse renouvelée de la Saison patrimoine, avec pour fils rouges « la table à bord des paquebots » et « les années 50 », ainsi que le focus sur l'aéronautique à l'occasion de son centenaire à Saint-Nazaire, renforce le lien avec les participants fidèles d'une part, et suscite surtout un public renouvelé tant des locaux que des visiteurs extérieurs.

Pour la quatrième année consécutive, la stratégie de communication est soutenue avec de nouvelles créations graphiques à la fois pour l'image de la destination et pour la fréquentation des équipements muséographiques. Le plan media classique et numérique intègrait notamment :

- Une campagne de communication Saint-Nazaire Renversante de révélation de la destination avec 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 réalisation de portraits renversants du territoire, en format vidéo, dont l'audience numérique atteint des records.

Nonobstant ces points positifs, porteurs pour la destination, la société est impactée par le contexte inflationniste des charges d'exploitation.

Sur le plan comptable, la société enregistre un résultat de l'exercice arrêté au 31 décembre de 7.326 €. La santé économique de l'entreprise s'est améliorée, dont on peut constater une augmentation de 12 % de son chiffre d'affaires, de 11 % de sa marge et un triplement de sa capacité d'autofinancement à 247.771 €. L'un des contrats d'énergie en groupement de commande avec la Ville de Saint-Nazaire augmente de 7.5 % et impacte de 200.000 € les charges d'exploitation. D'une situation conjoncturelle en 2022, puis en 2023, il est à craindre que cette situation devienne systémique. Des mesures sont d'ores et déjà entreprises avec la Ville de Saint-Nazaire afin de négocier les conditions du contrat auprès d'Engie.

Réflexion, interrogation, innovation, formation, inspiration animent l'ensemble des équipes pour garantir une qualité de service constante et quotidienne, dans l'intégralité de la chaîne de services de l'entreprise, impliquent les différents pôles et services de la société : patrimoine, exploitation, régie générale, office de tourisme, marketing & communication, administration. Parallèlement, un sujet de fond a été engagé avec l'impulsion d'une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), afin de mettre en cohérence les actions réalisées et celles à programmer, dans une vision globale et un plan d'actions cohérent.

L'ensemble des équipes est mobilisé pour s'adapter aux nouveaux enjeux. Deux chantiers d'envergure sont engagés, certains depuis 2022, fidèlement au projet d'entreprise :

- Sur le plan des ressources humaines, il s'agit de déployer un plan pluriannuel ambitieux de formations et d'engager une valorisation salariale.
- Le programme de conception et de réalisation d'un centre de conservation des œuvres, conforme à la loi musée de France, en concertation avec la Ville et l'Agglomération de Saint-Nazaire, ainsi qu'avec le Parc Naturel Régional de Brière.

Ce rapport moral est une opportunité pour formuler tous mes remerciements aux collaborateurs impliqués quotidiennement, aux partenaires engagés aux côtés de la société et aux administrateurs pour leur assiduité au sein du Conseil d'administration.

Je souhaiterais conclure ce rapport moral par une citation de Gabrielle HALEPERN, philosophe que j'ai eu l'occasion de rencontrer lors du congrès national d'ADN Tourisme (fédération des institutionnels du tourisme), à l'image de la valeur ajoutée de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme en faisant coexister les ensembles.

« L'hybridation de notre société est une extraordinaire opportunité pour construire des ponts entre les générations, les secteurs, les lieux ou encore les usages ». © Gabrielle HALPERN dans son ouvrage *Tous Centaures*

Céline GIRARD-RAFFIN

I - Les actions spécifiques à l'année 2023



1. La création du 1^{er} Tiny-Office de Tourisme de l'ouest de la France

Le 4 juillet 2023 était inauguré un Office de Tourisme nouvelle génération sur notre territoire : le Tiny Office. Localisé en plein cœur du Parc Régional Naturel de Brière à Saint-André des eaux, cet espace est conçu pour être un lieu dédié à la découverte du milieu naturel, aux itinéraires pédestres et cyclables qui le sillonnent, à l'information des visiteurs, et à la mise en valeur des savoirs et savoirs faire briérons.

C'est la nécessité de reprendre le local accueillant le bureau d'information touristique en centre-ville qui a enclenché la réflexion autour d'un nouvel espace d'information et par conséquent d'un nouveau lieu d'implantation sur la commune. Le port de la Chaussée Neuve a rapidement été identifié comme présentant le meilleur potentiel. Outre une ouverture visuelle assez extraordinaire sur le marais de Grande Brière Mottière et des équipements et services déjà bien implantés, le port de la Chaussée neuve se situe au croisement de plusieurs itinéraires pédestres et cyclables, dont le GR de pays ©Tour de brière .

De nouvelles toilettes publiques récemment construites à quelques mètres des anciennes, laissant une fois déconstruites, un espace suffisant pour une nouvelle construction, toutes les conditions étaient réunies pour imaginer un nouveau lieu d'accueil à l'attention des visiteurs et des habitants.

Conçu par l'entreprise BORN basée à Carquefou et spécialisée dans la scénographie et la signalétique, le Tiny Office est déplaçable et réversible. Immersif à l'intérieur comme à l'extérieur, les matières biosourcées dont il est couvert dégagent des senteurs de bois et chaume. Dès l'entrée sur l'immense carte du territoire, on capte les impressions représentant des paysages qui s'étendent du sol au plafond. Dans le cabinet de curiosités, les objets présents invitent au toucher et déclenchent les questions pour permettre l'échange.

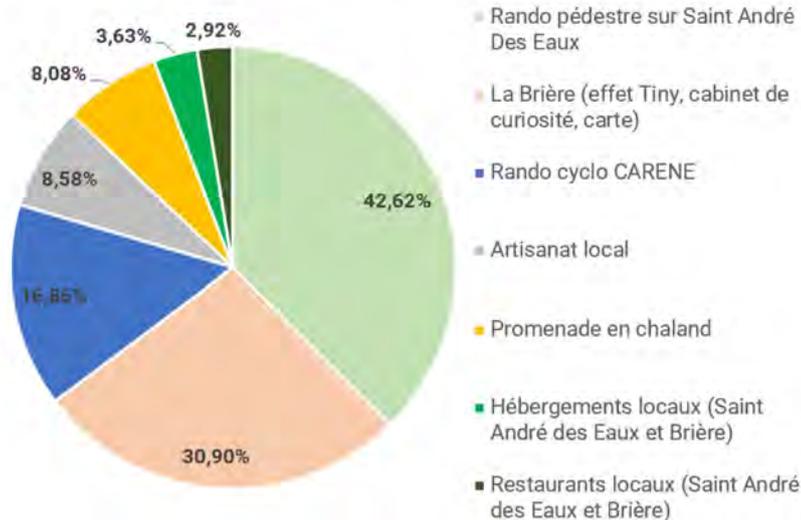
Certains des objets sont des prêts gracieux d'artisans locaux qui se sont volontiers impliqués, tant pour partager leur art, que pour contribuer à dévoiler la richesse du territoire.

Du 5 juillet au 30 septembre, 1213 visiteurs ont pu venir le découvrir et l'apprécier. Le Tiny Office a reçu 2 labels lors de son inauguration : Valeurs Parc et Accueil Vélo . 22 % des visiteurs sont des habitants de Saint-André des Eaux, venus s'étonner de cette création et partager leurs souvenirs.



Le Tiny - Office de Tourisme en chiffre et en satisfaction, après une 1^{ère} saison :

Type de demandes au Tiny Office :



Satisfaction des visiteurs :

Sur un échantillon de 92 questionnaires de satisfaction recueillis.

Que pensez-vous du Tiny Office de Tourisme ?

94,56 % des visiteurs ayant répondu au questionnaire ont apprécié le Tiny Office de Tourisme.



Appréciation du personnel en poste :

Manon, en réponse à la question « **comment avez-vous vécu cette nouvelle expérience ?** » nous dit : « Le fait de travailler au bord du marais donnait une sensation de calme (...). L'odeur et les matériaux utilisés dans le Tiny Office y jouait pour beaucoup aussi ».

Ambre, en réponse à la question « **ce que j'ai envie de transposer dans mon quotidien professionnel** » nous confie : « La notion d'échange et de partage, la proximité avec les visiteurs. Le côté médiation et le story-telling quotidien. »

Charline en réponse à la question « **Que sont venus chercher les visiteurs ? L'ont-ils trouvé ? Comment leur avez-vous donné ?** » nous répond : « Les visiteurs viennent pour obtenir une information (...) C'est très appréciable de ne pas avoir à proposer 10 documents pour illustrer une idée. La carte au mur, le cabinet de curiosité et la signalétique pour les randonnées suffisent à renseigner les visiteurs. »

2. L'épopée aéronautique de Saint-Nazaire à l'Écomusée

Une séquence réinventée pour le parcours de visite permanent, une valorisation des collections et des connaissances, une offre d'action culturelle renouvelée



Avion de ligne Airbus A340 (1991) et hydravion militaire Loire 130 (1934) survolant l'estuaire à Saint-Nazaire. - Gouache sur papier - Philippe Mitschké (peintre) – 1991
Collection Saint-Nazaire Agglomération Tourisme – Écomusée de Saint-Nazaire

L'Écomusée de Saint-Nazaire – musée de France raconte, à travers ses collections, l'histoire de la ville et de ses habitants, y compris ses facteurs de développement économique, particulièrement la construction navale et aéronautique.

Ce dernier sujet était jusqu'alors abordé par une série de panneaux datant des années 1990 qui présentaient tous les hydravions construits à Saint-Nazaire et leurs caractéristiques techniques.

L'ambition de 2023 a été :

- **de donner à voir et à comprendre la genèse de l'implantation de l'aéronautique à Saint-Nazaire**, née grâce à la diversification d'activité des chantiers navals ;
- **d'inscrire dans la durée les principales séquences du développement aéronautique jusqu'à aujourd'hui**, en révélant les jalons essentiels de cette histoire ;
- de s'adresser aux publics locaux et touristiques, qui peuvent également visiter ces deux entreprises industrielles toujours en activité.

Ce réaménagement s'inscrit dans le centenaire de l'aéronautique à Saint-Nazaire, né en 1923 au Chantier de Penhoët.

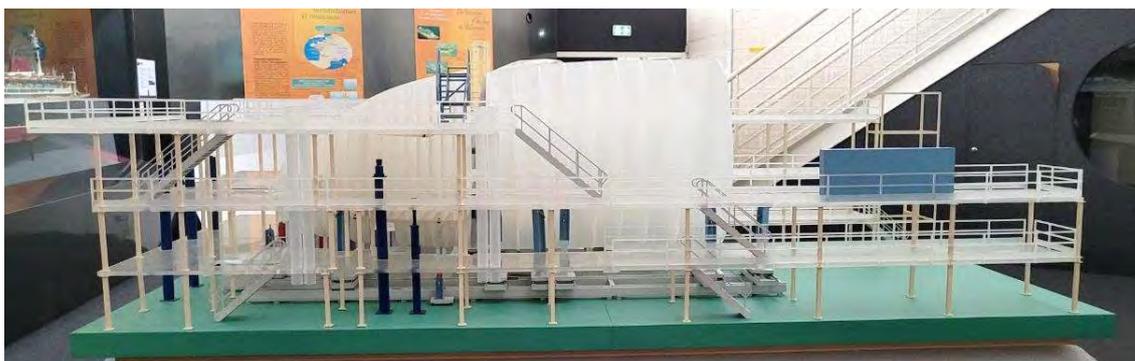
Les préalables : recherche et restaurations

Le projet a fait l'objet d'une **mission de recherche spécifique**, en incluant les collections. En s'appuyant sur les fonds du musée, les échanges avec le Musée de l'Air et de l'Espace du Bourget et avec l'association nazairienne « Je me souviens », dont les membres sont d'anciens salariés d'Airbus, ont permis d'actualiser la connaissance et de renouveler l'approche du sujet.

Exceptionnels objetstechniques, les **six maquettes de soufflerie**, dépôt du Musée de l'Air et de l'espace du Bourget depuis 1992, ont été restaurées par deux restauratrices agréées Musée de France. Dépoussiérage, nettoyage, consolidation, application de vernis et comblement de manques préservent leur avenir. Elles sont désormais rattachées dans la nef du musée avec un système de soclage, treuil et poulies en adéquation avec leur conservation. Une maquette d'A320, dépôt de l'association « Je me souviens » apporte un complément d'actualité à cet ensemble.

Le module d'exposition

La nouvelle séquence sur l'aéronautique est liée dans l'espace à celle sur la construction navale, soulignant ainsi leur parenté. Elle présente l'évolution de l'aéronautique à Saint-Nazaire en abordant la création d'un consortium aérospatial européen. Enfin, elle aborde les années récentes de production, notamment grâce à un don d'Airbus Atlantic d'une maquette du poste d'assemblage des tronçons d'A380.



Projet de poste d'assemblage du tronçon 11-14 d'un Airbus A 380. Début du 21^e siècle
International Model (maquettiste) – Collection Saint-Nazaire Agglomération Tourisme – Écomusée – DON AIRBUS 2024

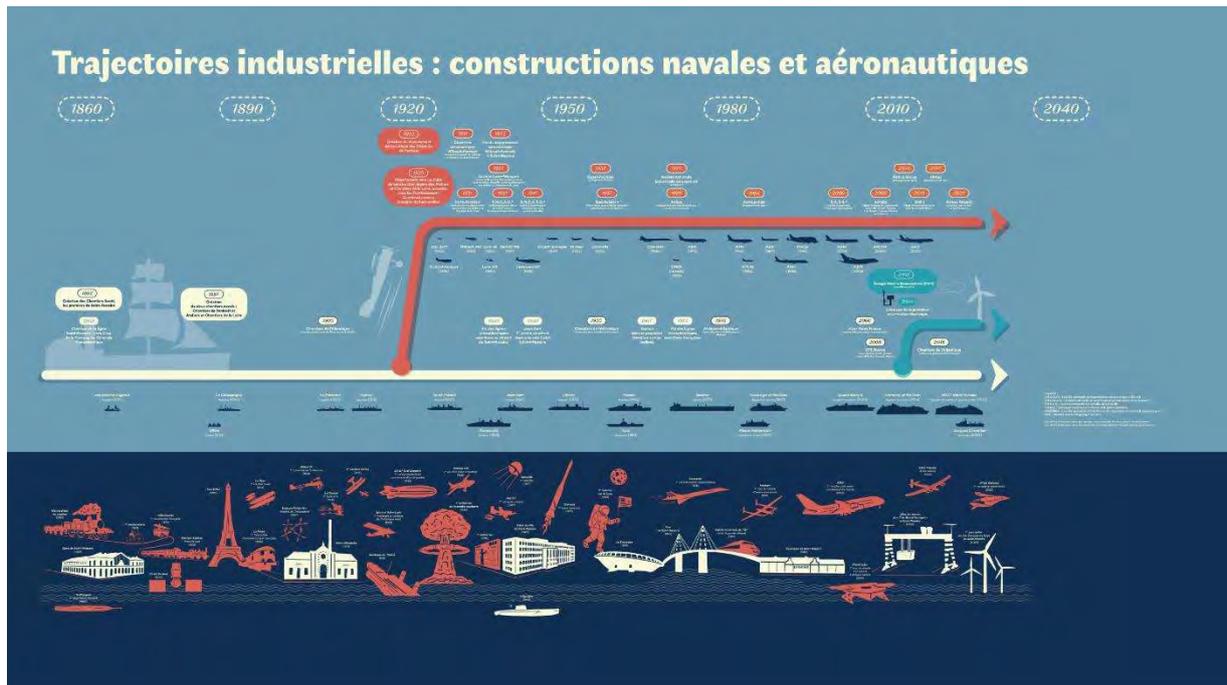
- **Un film d'animation** « Les constructeurs du ciel », **création originale** qui retrace 100 ans d'aéronautique, créé par le réalisateur Martin Richard pour le collectif Fleur de papier.

Surtitré en français pour les personnes sourdes et malentendantes et en anglais.



- Un ensemble **d'œuvres graphiques** (dessins, gouache, documents imprimés) et de **maquettes** complété par des dispositifs graphiques imprimés.

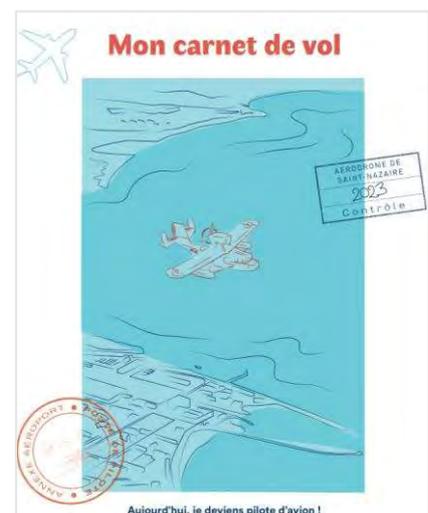
- Une grande frise commune à la construction navale et aéronautique, repère pour une lecture dans le temps des activités et principales productions des industries.



Infographie conçue pour le futur module réaménagé à l'Ecomusée – dimensions 4,85 m x 2,45 m - Conception graphique SNAT – M.Leduc / E.Landais

- Des modules intégrés dans l'espace même d'exposition pour le jeune public.

- « Mon carnet de vol », support ludique de découverte pour les familles.



Œuvres à hauteur d'enfants – Photographie SNAT – G. Chauveau / Livret enfant – graphisme : Claire Vimont

- Visites commentées, visites-flash, ateliers, jeu, maquette à construire

- Valorisation et médiations en ligne sur saint-nazaire-musees.com :

- > 1 objet mis en lumière
- > 70 nouvelles notices sur le portail
- > une sélection dédiée sur le portail

OBJETS EN LUMIÈRE

Maquette de soufflerie de l'hydravion Loire 70

Saint-Nazaire, principal centre d'hydravation en France L'aventure aéronautique à Saint-Nazaire commence en 1923. Les chantiers navals, ceux de Penhoët puis ceux de la Loire, se lancent dans ce secteur considéré comme prometteur. Ils diversifient ainsi...



- Chantiers de la Loire, département Loire-Aviation (Fabricant)
- Noyer, aluminium, vernis
H. 24,8 cm | L. 79 cm | l. 120 cm
- Avant 1933
20e siècle
- Saint-Nazaire
France

[Découvrir la suite](#) →

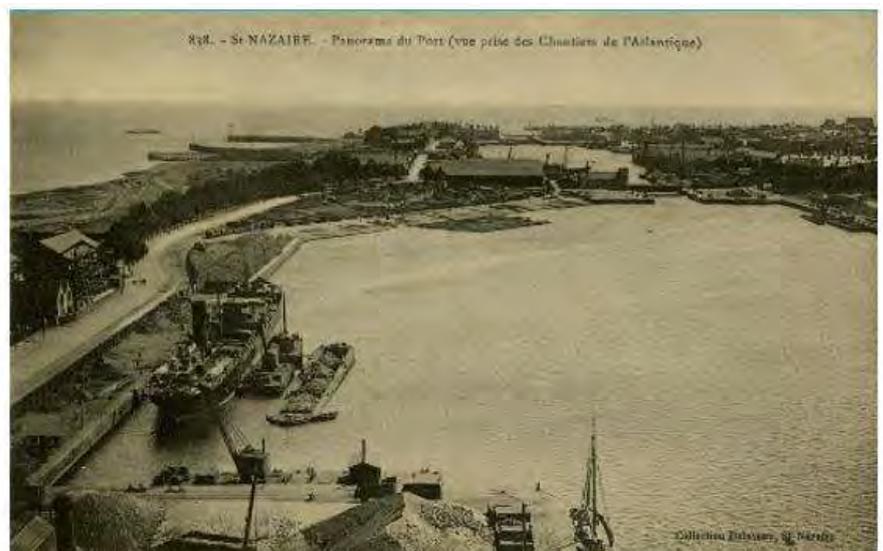
Saint-Nazaire vue d'en haut

Le nouveau module est complété par une exposition de photographies aériennes en grand format (L. 120 à 140 cm x H. 90 cm), qui offre un panorama saisissant et signifiant de l'évolution de la ville de la toute fin du 19^e siècle à nos jours.

> Mise en valeur des collections et fonds documentaires conservés à l'Écomusée

> Dépôt par la CCI du tableau *Figuration perspective d'un projet d'extension du port, Port de Saint-Nazaire* de Jacques BRIELMAN, 1876

> 33 clichés qui montrent l'évolution de la ville du début du 20^e siècle à aujourd'hui



Faites place !

Ne vous fiez pas à la tranquillité apparente de cette vue de Saint-Nazaire. En 1891, l'ouverture du vaste bassin de Penhoët aggrave l'engorgement de l'entrée Est du port. Un accès est alors creusé côté Sud, à travers le rocher du vieux bourg. La ville d'origine et le front de mer s'en trouvent bouleversés. La nouvelle entrée Sud est inaugurée le 23 septembre 1907. La fête dure trois jours !

1 - Entrée Sud
2 - Enclave Est
3 - Bassin de Penhoët
4 - Vieux Bourg de Saint-Nazaire (ancien quartier du Petit Marsé)
5 - Vieux îlot

1 - Panorama du port, vers 1900
2 - Construction d'un pont à Saint-Nazaire (ancien quartier du Petit Marsé)
3 - Vue aérienne de Saint-Nazaire (ancien quartier du Petit Marsé)

3. Les préalables au Centre de Conservation Muséal (CCM) mutualisé

En 2023, le pôle patrimoine a finalisé l'estimatif des besoins permettant de lancer la consultation pour un **programmiste spécialisé dans le domaine des CCM**.

Pointer pour estimer !



Collections d'arts **Ville de Saint-Nazaire** : 924 items



Collections musée de France **PNR Brière** : 4 155 items



Collections **Écomusée de Saint-Nazaire - SNAT** : 118 060 items
(comprenant les fonds photographiques)

Un total de **123 139 items**
toutes collections confondues
devant intégrer le futur CCM



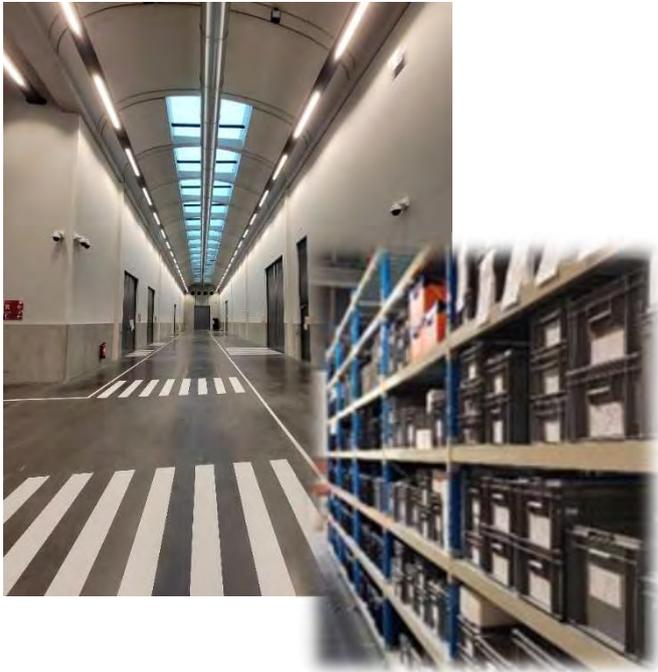
- >> 12 magasins par typologies de collections
- >> des espaces curatifs
- >> des espaces de conditionnements
- >> des espaces dédiés à la recherche
- >> des espaces de service

Classer, calculer, prospector

Ranger chaque item pointé dans un magasin
> pré-adressage

Calculer les besoins en mètres linéaires pour le futur CCM
>> permettra de déterminer la surface totale nécessaire

Travail de prospection : rencontrer, visiter, comparer

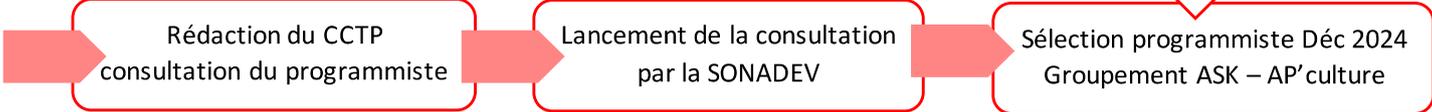


M.H (gros volumes et vie professionnelle)	VALIDE				
	dont	982	SNAT	soit	53% du magasin
Nb d'items :	dont	856	PNR	soit	47% du magasin
1 838					
meubles racks + tiroirs + sur-mesure					
TOTAL m linéaire					390,7

Rack à tablette fixe	Dimensions du plus grand besoin			nb items
	Hauteur	Largeur	Profondeur	
Inventaire	88	165	170	828
	h	l	p	SNAT
Besoin minimal tablette	93	182	179	260
Espacement allée nécessaire	102,5			PNRB
				568

Travail du pôle patrimoine en lien avec le service technique

Rédaction du document socle de l'estimation des besoins



4. Les campagnes de communication

MEDIATRANSPORTS

PARIS MONTPARNASSE

3 toiles
4 au 24 avril
Hors format

GARE D'ANGERS

Adhésivage Verrière
4 au 17 avril
Hors format

GARE DE NANTES

DOOH
5 au 19 avril
Digital, écrans et murs d'écrans

JC DECAUX

NANTES

470 faces
5 au 19 avril
2 m2

+

DOOH

5 au 19 avril
Digital

SAINT-NAZAIRE

40 faces (Réseau ville)
4 au 18 avril
2 m2

CLEAR CHANNEL

RENNES

121 faces
5 au 19 avril
2 m2
+

DOOH

5 au 12 avril
Digital

NANTES - sous réserve

Adhésivage Tram
avril ?
Hors format : 6 baies

Autres déclinaisons :

- A4
- 40 x 60 cm
- 10 x 15 cm



zaires
ANTE®



saint-nazaire
RENVERSANTE®



saint-nazaire
RENVERSANTE®

Destination

JC DECAUX CLEAR CHANNEL

SAINT-NAZAIRE PRESQU'ÎLE / SUD LOIRE

714 faces
18 avril au 30 août*
2 m2

NANTES

314 faces
28 juin au 12 juillet
2 m2

+

DOOH

28 juin au 5 juillet
Digital

VANNES

79 faces
19 juillet au 1^{er} août
2 m2

MEDIATRANSPORTS

GARE DE NANTES

DOOH
28 juin au 12 juillet
Digital, écrans et murs d'écrans

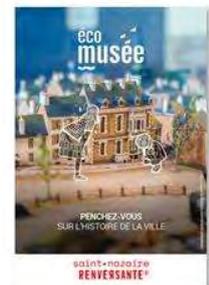
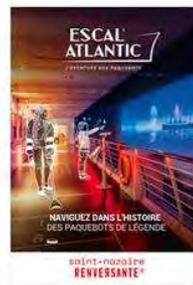
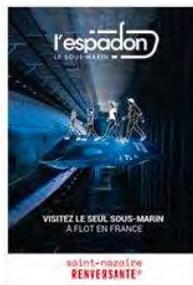
GARE DE SAINT-NAZAIRE

1 face LC
1^{er} mai au 30 juillet
2 m2

GARE DE LA BAULE

DOOH
Juillet-août
Digital écrans

*En deux temps :
semaines 16/17/18
puis 29/30/31/32/33



+ 170 faces en 2 m2
Vacances automne + Noël

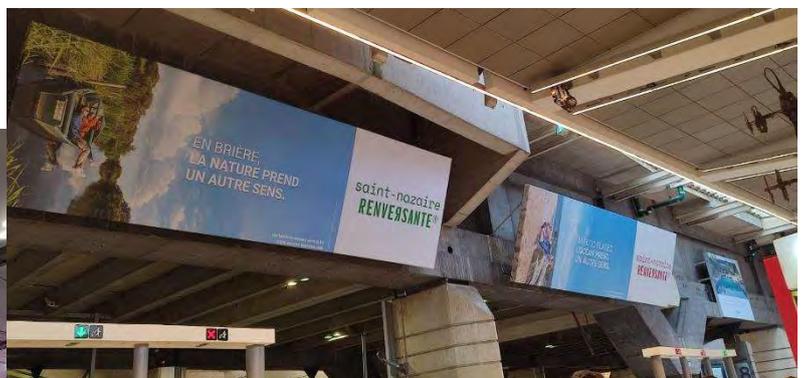
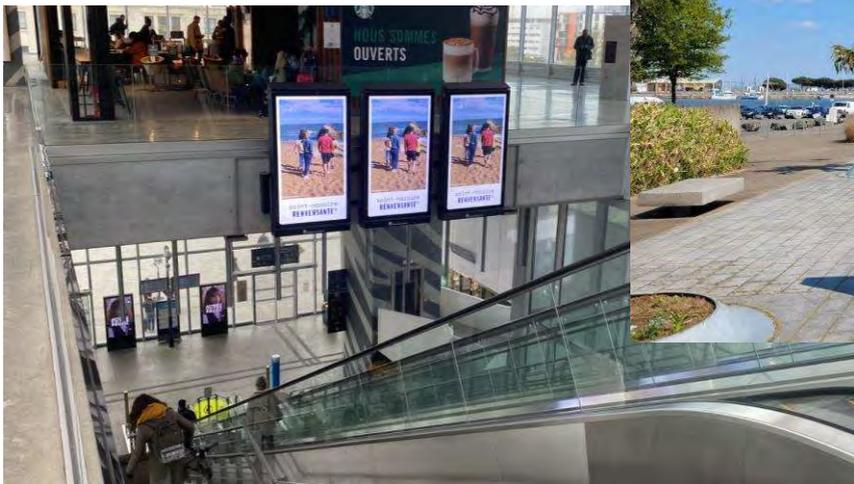
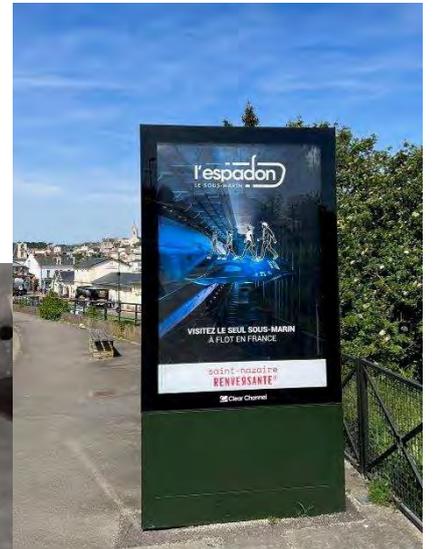
Autres déclinaisons :

- A4
- 40 x 60 cm
- 10 x 15 cm

Visites

En 2023, 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 : la promotion de la destination au printemps et la promotion des visites en été + Toussaint. La destination s'affiche en grand dans le grand ouest et à Paris pour émerger et être repéré, dans un contexte touristique concurrentiel.

>> Mises en situation :



5. Partenariat Hachette : édition d'un guide « Un grand week-end à »

- Publication d'un guide dans la collection « Un grand week-end à »
- Guide centré sur Saint-Nazaire et la Brière + sud Loire + Presqu'île guérandaise
- 144 pages
- 15 000 exemplaires
- Près de 4 000 exemplaires vendus en moins d'un an par le réseau Hachette
- Partenaires annonceurs au sein du guide : Loire Atlantique Développement, Saint-Nazaire Agglo, Parc naturel régional de Brière, Saint-Brevin, Le Croisic, La Mare aux Oiseaux, Terre de Sel, TER PDL
- Lancement en local avec la presse et les partenaires le 11 avril
- Sortie nationale le 12 avril

>> Budget : 38 000€ HT

>> Moins les insertions pubs commercialisées soit un budget réel de 18 500€ HT



6. Lancement d'une médiathèque en ligne

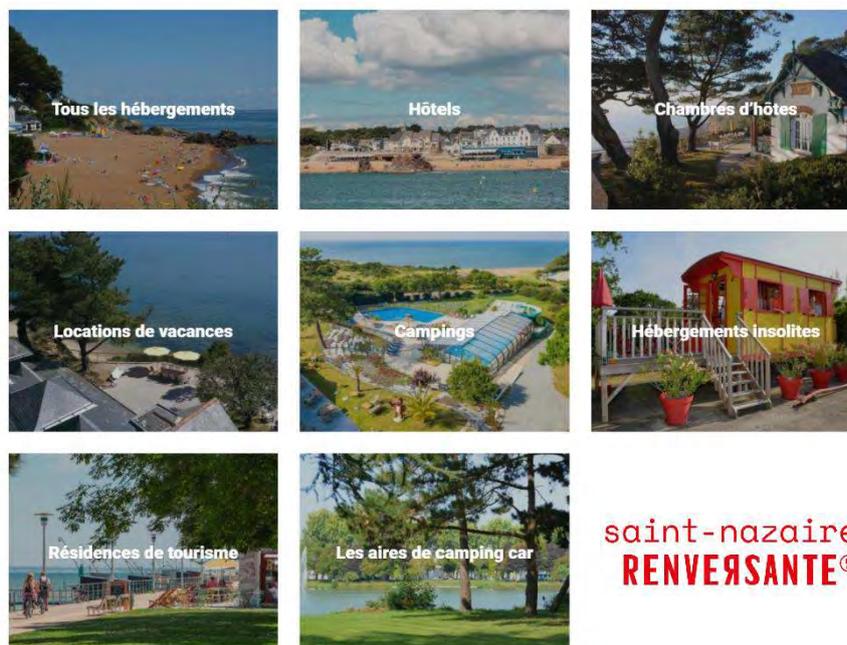
L'objectif d'une médiathèque en ligne est la mise à disposition permanente de fonds photos et vidéos de la destination afin que chaque partenaire puisse illustrer son territoire d'implantation par des images, flatteuses et révélatrices du positionnement de la destination Saint-Nazaire et la Brière.

- Un logiciel métier : Ajaris
- Un déploiement de 8 mois
- Près de 9 000 documents (photos, vidéos, logos...) triés, importés et indexés
- Plus 6 500 photos disponibles à la consultation externe
- Des photos coups de cœur et des suggestions thématiques
- Une multitude d'options de requêtage
- Une gestion performante des droits
- <https://mediatheque.saint-nazaire-tourisme.com/snat/>



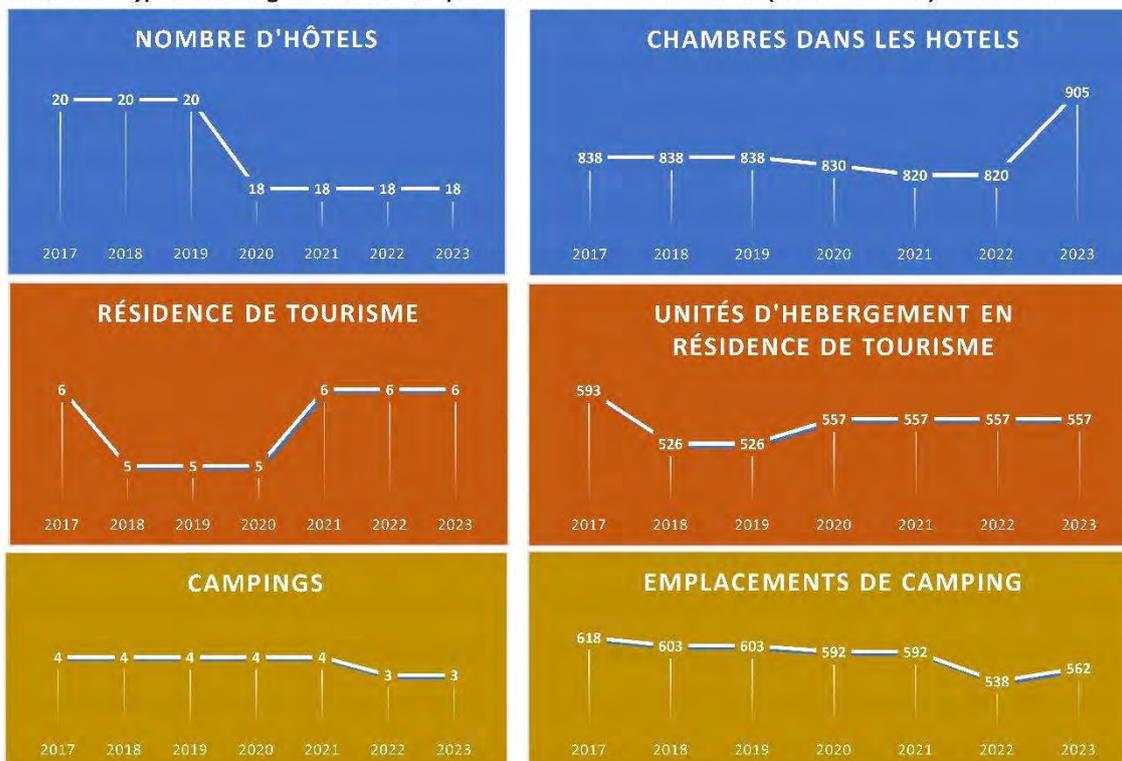
7. Tableau de bord des indicateurs touristiques

7.1 Evolution du parc des hébergements marchands

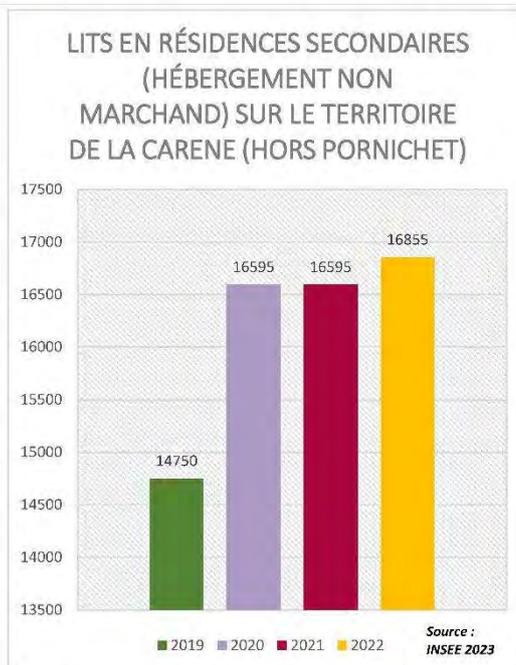
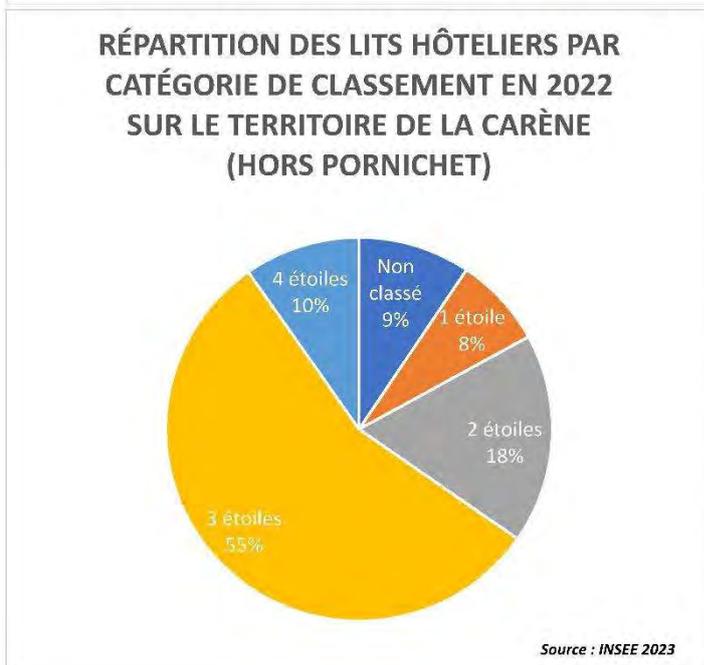
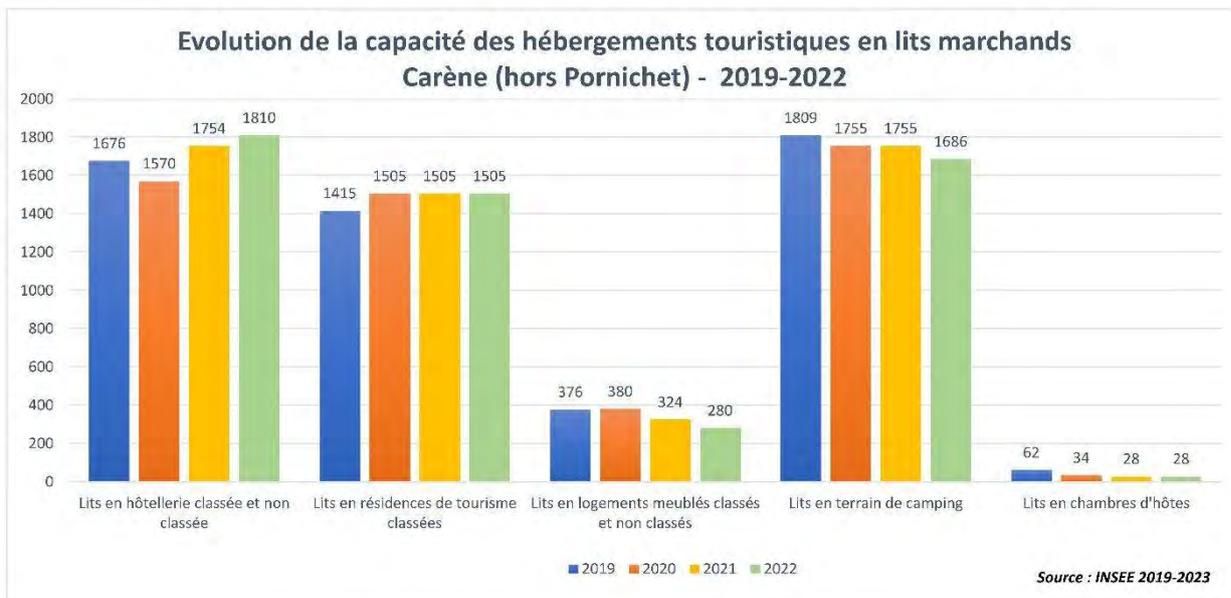


saint-nazaire
REVERSE®

Evolutions des types d'hébergements touristiques marchands sur la CARENE (hors Pornichet) - 2017-2023



Sources : INSEE, Établissements d'hébergements touristiques - 2017-2024



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

	Saint-Nazaire	Saint-André-des-Eaux
2022	491 736 nuitées 537.058 €	22.949 nuitées 10.697 €
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, Abritel, ...) 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.

7.3. 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.



BRETAGNE LOIRE OCEAN

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE 2023

Saint-Nazaire

DONNEES FLUX VISION TOURISME ORANGE

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

CHIFFRES CLÉS



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...)

saint-nazaire
agglomération
TOURISME

Fréquentation

2,8 millions
de nuitées de janvier à décembre 2023
→ Stable vs 2022

29%
des nuitées en été
29% en 2022

8%
des nuitées en Bretagne Loire Océan
9% en 2022

Clientèle

73%
de nuitées françaises
75% en 2022

Pays-de-la-Loire (49%)
1^{ère} clientèle française
50% en 2022

Italie (12%)
1^{ère} clientèle étrangère
13% en 2022

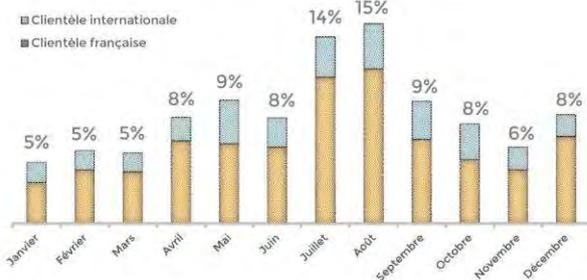
Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

3

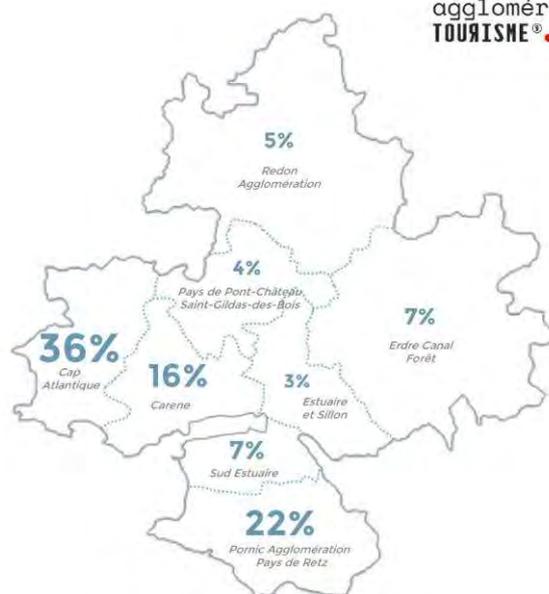
RÉPARTITION DES NUITÉES

8% des nuitées réalisées sur la Destination Bretagne Loire Océan entre janvier et décembre 2023 ont eu lieu sur Saint-Nazaire.

Les mois d'avril à septembre concentrent 63% des nuitées annuelles de Saint-Nazaire.



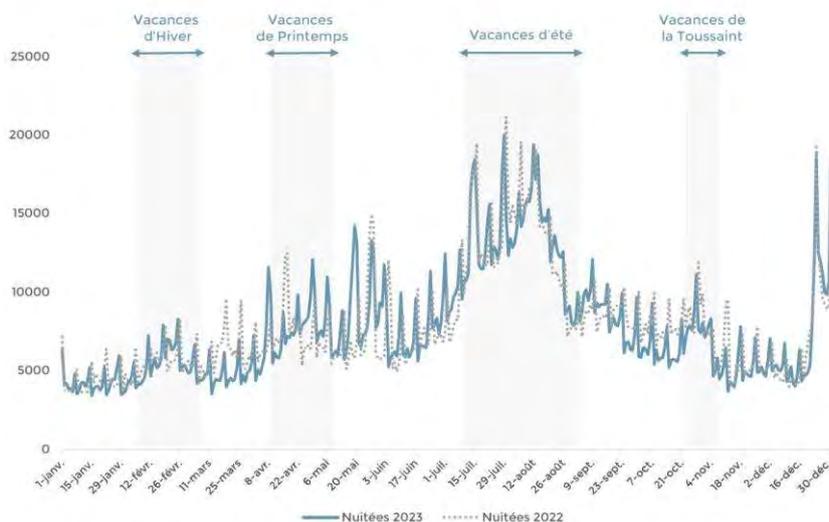
Part des nuitées sur Saint-Nazaire par mois



Poids des nuitées en Bretagne Loire Océan

Source : Données Flux Visum Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

ÉVOLUTION DES NUITÉES



Source : Données Flux Visum Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

La fréquentation à Saint-Nazaire est rythmée par les vacances scolaires et les jours fériés.

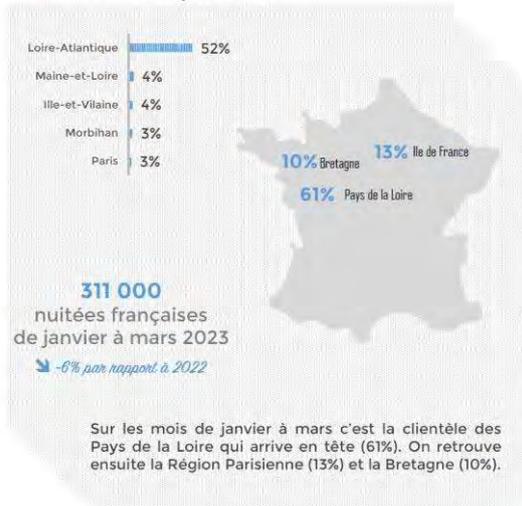
Le pic de la saison a été atteint le samedi 29 juillet. Ce jour-là, 20 000 touristes étaient présents sur le territoire.



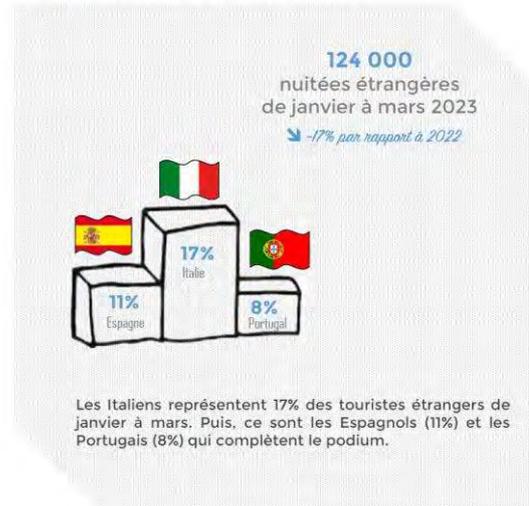
PROVENANCE DES TOURISTES

Janvier à mars

72% Clientèle française



28% Clientèle internationale



Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

6

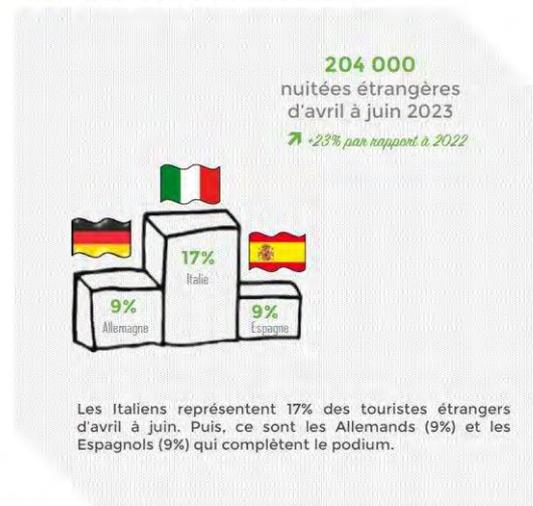
PROVENANCE DES TOURISTES

Avril à juin

71% Clientèle française



29% Clientèle internationale

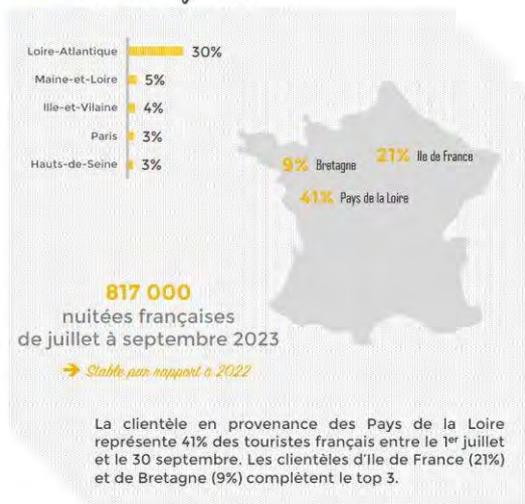


Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

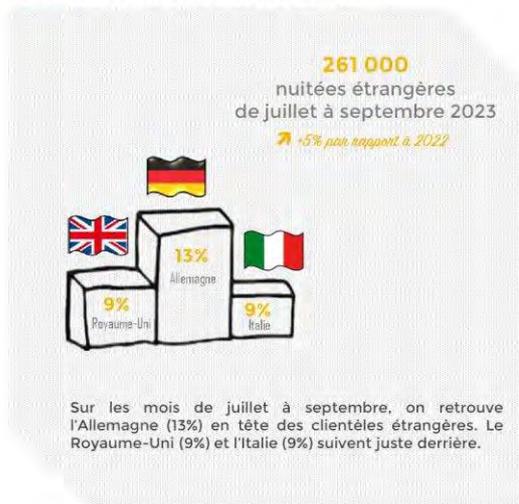
7

PROVENANCE DES TOURISTES *juillet à septembre*

76% Clientèle française



24% Clientèle internationale

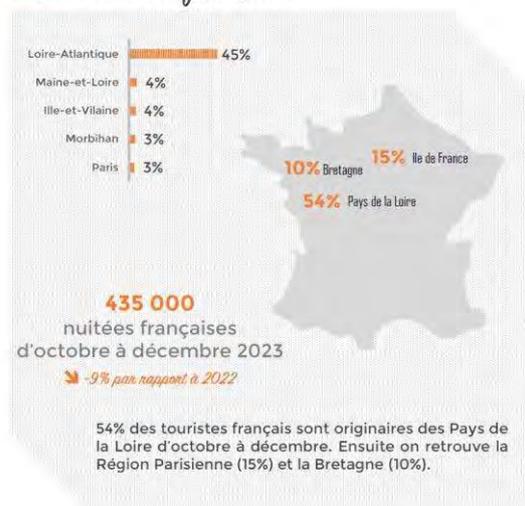


Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

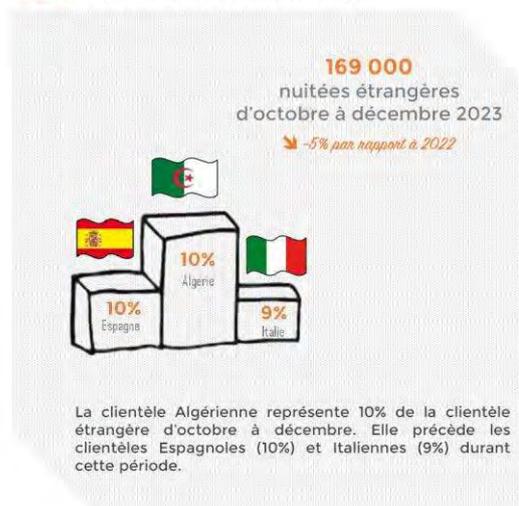
8

PROVENANCE DES TOURISTES *octobre à décembre*

72% Clientèle française



28% Clientèle internationale

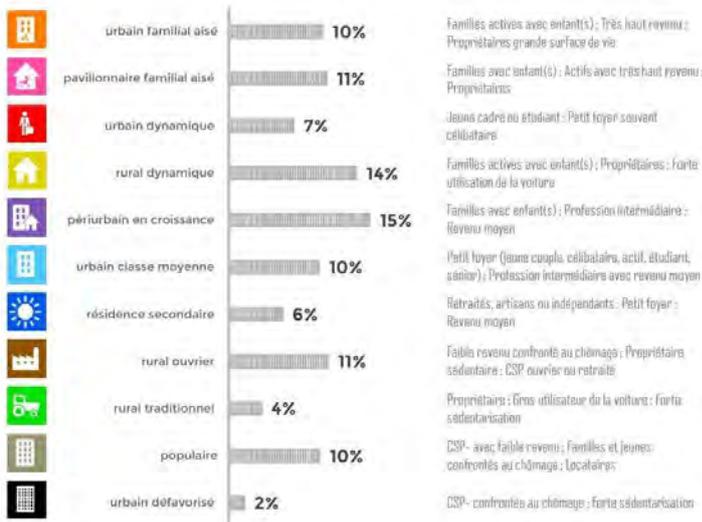


Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

9

PROFIL DES TOURISTES FRANÇAIS

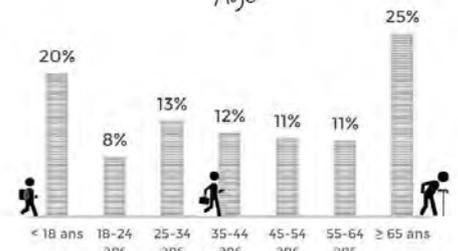
Segmentation



Sexe



Age



Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023

Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Pescadore de Guérande

DÉPLACEMENTS DES TOURISTES

Où vont-ils en excursions ?

83% des déplacements des touristes de Saint-Nazaire sont réalisés sur la zone d'hébergement



1%

→ 1% Nantes Métropole

Hors Bretagne Loire Océan

Les communes les plus visitées

1. Saint-Nazaire 66%
2. Montoir-de-Bretagne / Saint-Malo-de-Guersac 10%
3. Saint-Michel-Chef-Chef 8%

Les déplacements des touristes prennent en compte le lieu de présence majoritaire en journée et non l'ensemble des lieux de visites de la journée.

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023

Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Pescadore de Guérande

CHIFFRES CLÉS

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

Fréquentation

8,6 millions
d'excursions de janvier à décembre 2023
↗ 8% vs 2022

30%
des excursions le week-end
30% en 2022

10%
des excursions en Bretagne Loire Océan
10% en 2022

Clientèle

93%
d'excursions françaises
94% en 2022

Pays-de-la-Loire (70%)
1^{ère} clientèle française
67% en 2022

Allemagne (19%)
1^{ère} clientèle étrangère
19% en 2022

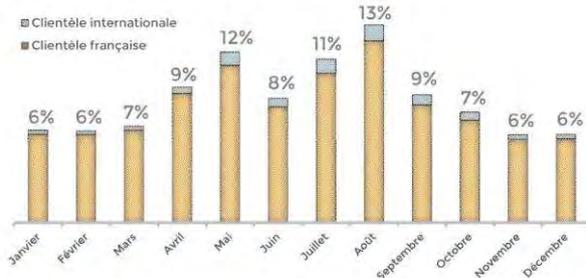
Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

12

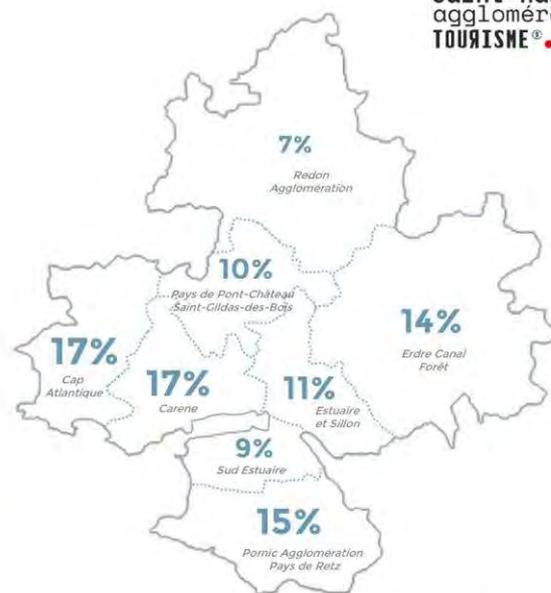
RÉPARTITION DES EXCURSIONS

10% des excursions réalisées sur la Destination Bretagne Loire Océan en 2023 ont eu lieu sur Saint-Nazaire.

Les mois d'avril à septembre concentrent 62% des excursions annuelles du territoire.



Part des excursions sur Saint-Nazaire par mois

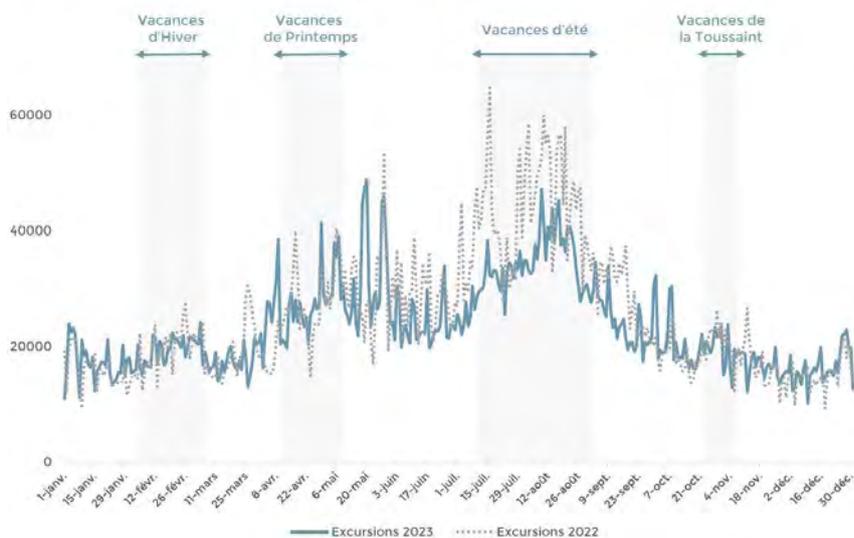


Poids des excursions en Bretagne Loire Océan

Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

13

ÉVOLUTION DES EXCURSIONS



La fréquentation excursionniste à Saint-Nazaire connaît une baisse en 2023, les déplacements en journée ayant été freinés par une météo décevante cet été.

Le pic de la saison a été atteint le samedi 20 mai. Ce jour-là, près de 49 000 excursionnistes étaient présents sur le territoire.

Du 4 février au 5 mars	7%	Du 8 juillet au 3 septembre	23%
de la fréquentation		de la fréquentation	
Du 8 avril au 8 mai	10%	Du 21 octobre au 5 novembre	4%
de la fréquentation		de la fréquentation	

Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

PROVENANCE DES EXCURSIONNISTES *Avril à juin*

93% Clientèle française

Loire-Atlantique	59%
Maine-et-Loire	5%
Ille-et-Vilaine	4%
Morbihan	4%
Vendée	3%

10% Bretagne 8% Ile de France
70% Pays de la Loire

2,3 millions
d'excursions françaises
d'avril à juin 2023
-3% par rapport à 2022

Sur les mois d'avril à juin c'est la clientèle des Pays de la Loire qui arrive en tête (70%). On retrouve ensuite la Bretagne (10%) et l'Ile de France (8%).

7% Clientèle internationale

163 000
excursions étrangères
d'avril à juin 2023
+31% par rapport à 2022

Allemagne	18%
UK	13%
Italie	9%

Les Allemands représentent 18% des excursionnistes étrangers d'avril à juin. Puis, ce sont les Britanniques (13%) et les Italiens (9%) qui complètent le podium.

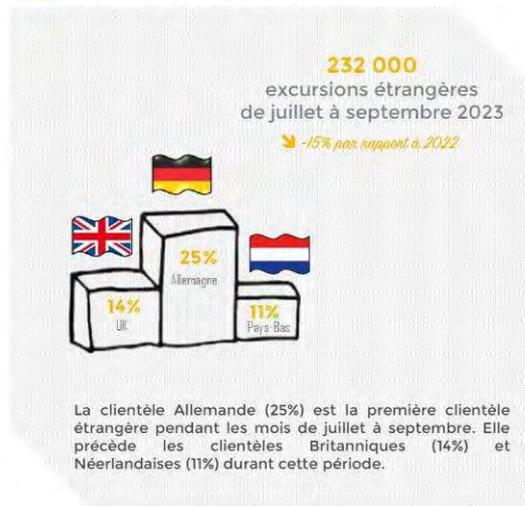
Source : Données Flux Vision Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guirande

PROVENANCE DES EXCURSIONNISTES *Juillet à septembre*

92% Clientèle française



8% Clientèle internationale

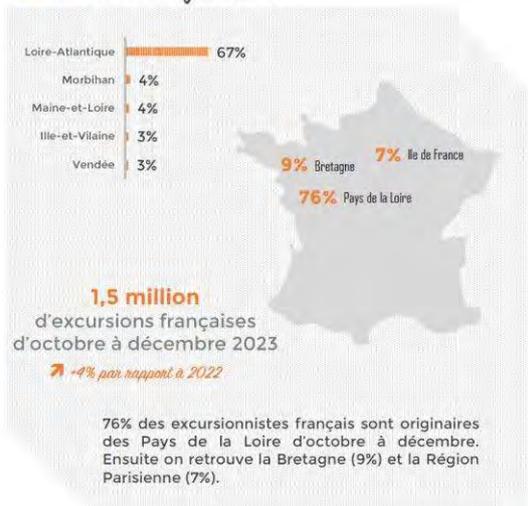


Source : Données Flux Visior Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

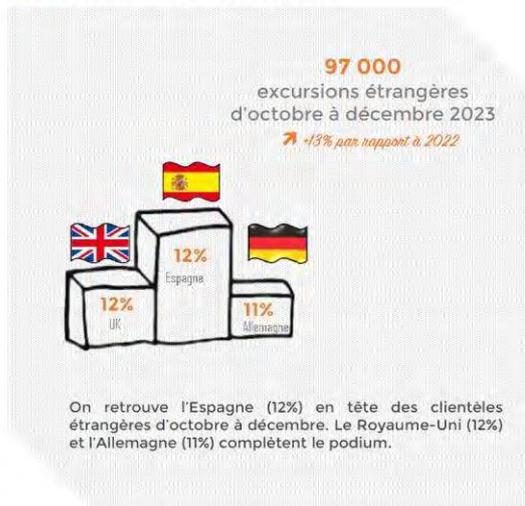
17

PROVENANCE DES EXCURSIONNISTES *Octobre à décembre*

94% Clientèle française



6% Clientèle internationale



Source : Données Flux Visior Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

18

PROFIL DES EXCURSIONNISTES FRANÇAIS

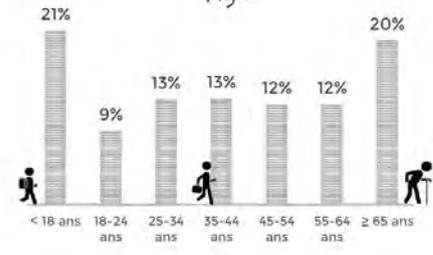
Segmentation



Sexe



Age



Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023

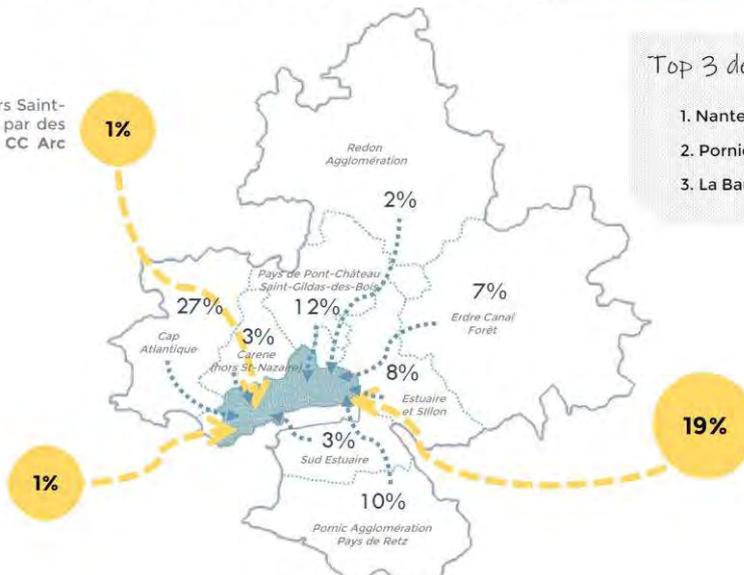
Source : Données Flux Vison Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

DÉPLACEMENTS DES EXCURSIONNISTES

D'où viennent-ils ?

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

des excursions réalisées vers Saint-Nazaire ont été effectuées par des personnes dormant sur la CC de l'île de Noirmoutier



Top 3 des communes d'origine

1. Nantes 8%
2. Pornic 6%
3. La Baule-Escoubac 5%

des excursions réalisées vers Saint-Nazaire ont été effectuées par des personnes dormant sur la zone Nantes Métropole

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023

Source : Données Flux Vison Tourisme Orange
Traitement et analyse : Observatoire Office de tourisme intercommunal La Baule-Presqu'île de Guérande

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

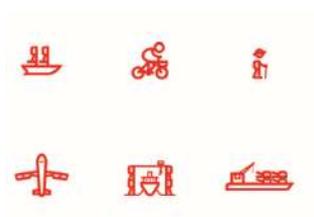


Traitement et analyse réalisés par :
Observatoire Office de tourisme intercommunal
La Baule-Presqu'île de Guérande

Contact :
Marion BAHIN - Chargée d'études DATA
marion.bahin@la-baule-guerande.com

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

II - Les informations requises par la DSP





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 sociale 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 patrimoniale 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
- 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 Kerlédy
- 26 Escal'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 sociétale 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 3 saisons marquées par le contexte sanitaire lié au Covid-19, l'année 2023 fût la première saison durant laquelle des mesures sanitaires obligatoires n'ont pas été imposées à notre public (port du masque, distanciation physique, pass sanitaire...). Le protocole d'exploitation défini depuis la rédaction et la diffusion du Plan de Reprise d'Activité en mai 2020 n'a toutefois pas été abandonné. Ainsi, 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 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.

L'amélioration constante de la satisfaction du public étant au cœur de notre ambition, nous avons par exemple créé des créneaux uniquement commercialisables en billetterie pour la visite du sous-marin Espadon, au cours de la saison estivale. Ce dispositif permet de satisfaire les visiteurs qui ne veulent ou ne peuvent acheter pas leur billet en ligne. De même, l'observation constante du comportement des visiteurs permet d'ajuster avec précision nos jours et horaires d'ouverture. En 2023, l'offre de visite était ainsi accessible 7 j / 7 du 1^{er} avril au 5 novembre, et au cours de la saison estivale, les sites de visite étaient ouverts au public de 9h30 à 19h30 (10h à 20h les années précédentes). Ces nouvelles dispositions ont participé au succès et à la fréquentation record de nos sites et visites.

Au cours des 283 jours d'ouverture au public - 6 jours de plus qu'en 2022 - 337 115 visiteurs ont été accueillis pour découvrir ou redécouvrir l'offre touristique et patrimoniale de Saint-Nazaire Renversante, soit 7% de visiteurs supplémentaires par rapport à l'année 2022. Comme l'année précédente, le public accueilli a été majoritairement et largement composé de visiteurs dits « individuels » puisque la fréquentation des groupes n'a représenté que 15,5 % de la fréquentation totale. Parmi cette clientèle en groupes, 42% étaient des scolaires. Cette hausse de la part de cette clientèle peut être associée en partie à l'édition et la diffusion d'une nouvelle brochure spécifique en fin d'année 2022.

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. L'année 2023 a été marquée par le renouvellement du label pour la visite du Grand Port Maritime Nantes Saint-Nazaire.

. La sécurité

- > Escal'Atlantic, ERP* de types Y, L, M et N, et de 2^{ème} catégorie,
- > L'Ecomusée, ERP* de types Y, S et L, et de 4^{ème} catégorie,
- > L'écluse fortifiée, ERP* de types Y et M, et de 5^{ème} catégorie,

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

* ERP : Etablissement Recevant du Public



Focus sur le tourisme d'affaires en 2023

Le tourisme d'affaires a été impactée au 1^{er} trimestre 2023 par le départ de la collaboratrice en charge de ce secteur d'activité. Bien que sa remplaçante soit arrivée dès le 2 février 2023, la commercialisation des événements n'a réellement débuté qu'à partir de mars 2023. En 2023, seuls 86 jours ont été commercialisables contre 94 jours en 2022*.

	2023	2022
Nombre d'évènements réalisés	60	70
Nombre de participants	3935	5328
CA HT réalisé	248 028 €	284 143 €
CA moyen/dossier	4133€	4059€
Pourcentage de marge brute	42 %	42%
Nombre de propositions non abouties (majoritairement choix autre destination)	51	57
CA non réalisé	206 106€	265 649€
* Planning ouvert moins les vacances scolaires zone B, moins les fermetures de sites		

Typologie de clientèle

Entreprises	33
Collectivités publiques	19
Associations	6
Agence évènementielle	2

Provenance géographique de la clientèle

Saint-Nazaire et Agglomération	32
Nantes et Agglomération	15
Rennes	2
Tours	2
Arras	1
La Baule	1
Aix en Provence	1
St Jean de Mont	1
Le Mans	1
Bordeaux	1
Marseille	1
Angers	1
Région Parisienne	1

Typologie d'événements

Séminaire/Réunion	29
Portes-ouvertes/Lancement de saison/ Accueils...	7
Soirée festive	29
Avec prestation de traiteur	58

La fréquentation des sites et des visites 2023

La fréquentation totale de 2022 atteint 315 553 visiteurs, soit conforme aux objectifs initiaux inscrits dans le Projet d'entreprise. La fréquentation payante est même supérieure de 1,5 % par rapport à l'objectif initial (+ 4 000 visiteurs)

FREQUENTATION PAYANTE 2023																																						
	FEVRIER			MARS			AVRIL			MAI			JUIN			JUILLET			AOÛT			SEPTEMBRE			OCTOBRE			NOVEMBRE			DÉCEMBRE			TOTAL				
	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.
Escal Atlantik	4.584	4199	4.232	5.562	3258	2.554	8.961	8926	7.061	6.901	8039	5.841	7.416	5902	6.207	12.875	14.930	11.968	20.600	23.432	22.721	5.768	5997	6.125	7.828	7667	5.628	3.193	2621	3.310	2.472	1.761	3.332	86.160	86.332	78.979		
Espace	6.077	6808	6.825	6.283	3614	3.923	11.845	12822	9.926	7.828	9733	7.658	8.034	6347	7.018	17.510	22.518	19.756	25.441	32.732	29.175	7.210	7410	7.509	9.064	8906	8.214	3.090	3220	5.078	3.296	2.486	4.401	105.678	116.596	109.483		
Ecomusee	979	675	859	927	402	564	2.524	1709	1.269	1.288	1382	1.926	1.339	1077	998	3.142	2.500	2.797	5.717	5.600	6.320	1.236	503	1.097	1.494	1434	1.094	515	433	647	361	381	581	19.522	16.096	17.552		
Centre éolien fol	1.236	1104	1.331	1.442	855	885	3.399	2844	1.943	1.751	1922	1.779	2.766	1402	1.641	4.378	3.493	3.992	7.313	5.546	7.126	1.442	1075	1.572	2.389	1960	1.871	721	547	1.165	464	370	773	26.781	21.118	24.033		
Chantiers navals	2.060	1851	1.716	3.811	1721	2.110	5.356	5271	4.252	6.386	5600	4.775	5.047	4655	4.183	7.813	10.117	8.909	4.635	5254	4.640	5.047	4739	4.450	1.442	1412	2.191	1.031	1.104	1.258	49.750	49.537	44.652					
Airbus	598	470	-	936	668	363	1.170	1264	946	1.144	1122	1.005	858	963	790	1.820	1.109	942	1.703	1.386	1.311	949	762	709	1.105	1098	780	410	221	368	293	180	338	10.886	9.523	7.552		
Grand Port	118	136	186	191	234	334	191	238	392	139	485	113	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	188	109	155	
Croisières	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Base sous-marine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Tunnel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Visites patrimoine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Visites OT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Visites pédales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
TOTAL	15.652	15.313	15.149	19.204	10.792	10.756	33.674	32.992	26.050	25.562	28.480	23.211	25.224	21.092	21.156	50.851	55.944	48.113	72.055	84.791	81.364	21.504	21.519	21.931	27.258	26.316	22.493	9.614	8.777	13.017	8.160	6.742	10.783	308.758	312.758	294.003		
ECART OBJ/REAL 2023	-	-	339	-	-	8.412	-	-	682	-	-	2.918	-	-	-	4.132	5.093	-	12.736	-	-	15	-	-	-	-	-	942	-	-	-	-	837	-	1.418	4.000		
ECART REAL 2023/REAL 2022	-	-	364	-	-	36	-	6.962	-	-	5.869	-	-	-	-	64	7.831	-	3.427	-	-	-	-	-	-	-	-	3.423	-	-	-	-	4.249	-	4.041	18.755		

FREQUENTATION GRATUITE 2023																																			
	FEVRIER			MARS			AVRIL			MAI			JUIN			JUILLET			AOÛT			SEPTEMBRE			OCTOBRE			NOVEMBRE			DÉCEMBRE			TOTAL GRATUIT + PAYANT	
	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.	2023	Obj.	Réal.
Escal Atlantik	254	254	325	325	325	516	516	516	516	433	433	874	874	1655	1655	1655	1655	1655	1655	1655	337	337	337	657	657	657	485	485	485	285	285	285	6.382	6.382	62.719
Espace	350	350	357	357	357	346	346	346	346	392	392	1118	1118	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	230	230	230	792	792	792	205	205	205	153	153	153	6.638	6.638	123.234
Ecomusee	181	181	279	279	279	397	397	397	397	288	288	407	407	525	525	525	525	525	525	525	1950	1950	1950	362	362	362	163	163	163	47	47	47	4.972	4.972	21.018
Centre éolien fol	87	87	151	151	151	162	162	162	162	101	101	438	438	785	785	785	785	785	785	785	67	67	67	199	199	199	27	27	27	34	34	34	2.234	2.234	23.342
Chantiers navals	45	45	173	173	173	267	267	267	267	226	226	159	159	183	183	183	183	183	183	183	187	187	187	146	146	146	45	45	45	40	40	40	1.642	1.642	51.179
Airbus	30	30	68	68	68	58	58	58	58	41	41	5	5	9	9	9	9	9	9	9	20	20	20	32	32	32	9	9	9	4	4	4	332	332	9.555
Grand Port	5	5	67	67	67	26	26	26	26	29	29	31	31	6	6	6	6	6	6	6	9	9	9	63	63	63	13	13	13	13	13	13	286	286	3.272
Croisières	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Base sous-marine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tunnel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Visites patrimoine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Visites pédales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres visites	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	952	952	1430	1430	1430	2802	2802	2802	2802	1553	1553	3226	3226	5262	5262	5262	5262	5262	5262	3196	3196	3196	2279	2279	2279	965	965	965	608	608	608	24.957	24.957	397.115	

TOTAL GENERAL (payant + gratuit)	16 265	12 222	35 056	31 282	22 645	59 170	90 053	24 715	28 595	9 762	7 350	337 115
---	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------	----------------

COMPARATIF DE FREQUENTATION SNR - Du 1er juillet au 31 août

	2023			Evolution 2023-2022	Evolution 2023-2021	2022		2021		
	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL			Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	TOTAL	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits
<i>Escal' Atlantic</i>	38 308	2 529	40 837	11%	25%	34 689	2 224	31 046	1 715	32 761
<i>Sous-marin Espadon</i>	55 237	2 934	58 171	13%	18%	48 931	2 458	44 891	4 210	49 101
<i>Eol centre éolien</i>	9 035	1 217	10 252	-14%	4%	11 118	742	8 419	1 420	9 839
<i>Ecomusée de Saint-Nazaire</i>	8 095	932	9 027	-8%	20%	9 117	668	6 991	550	7 541
<i>Chantiers de l'Atlantique</i>	17 923	342	18 265	19%	19%	15 077	247	15 170	204	15 374
<i>Airbus Saint-Nazaire</i>	2 494	14	2 508	10%	-26%	2 253	21	3 353	30	3 383
<i>Grand Port Maritime</i>	594	37	631	-6%	4%	656	14	596	13	609
<i>Croisières</i>	5 651	262	5 913	13%	35%	4 910	316	4 163	211	4 374
<i>Base sous-marine</i>	1 420	34	1 454	29%	290%	1 102	25	363	10	373
<i>Visites patrimoine</i>	522	78	600	2%	15%	457	134	423	97	520
<i>Tumulus</i>	1 357	93	1 450	18%	-10%	1 167	63	1 533	77	1 610
<i>Visites nature/OT</i>			-		-100%			106	19	125
TOTAL	140 636	8 472	149 108	9%	19%	129 477	6 912	117 054	8 556	125 610
TOTAL GENERAL										

La saison estivale 2023 est la seconde la plus fréquentée depuis l'année 2000 après la saison estivale 2003.

L'ouverture en continu de 9h30 à 19h30 du lundi au dimanche parfaitement adaptée aux comportements des visiteurs, le succès constant de la visite du sous-marin Espadon (96% de taux de remplissage du 1^{er} au 24 août), l'excellent score de fréquentation d'Escal' Atlantic, les conditions météorologiques propices pour l'ensemble de nos visites (abri recherché au sein de nos sites couverts), succès des croisières et de la visite de la Base sous-marine, 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, grâce à une connaissance des publics optimisée.

FREQUENTATION TOTALE 2023 - Observatoire Régional

	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE	TOTAL
Nombre de jours d'ouverture	0	21	27	30	31	30	31	31	30	31	7	7	276
Fréquentation gratuite	-	952	1 430	2 064	2 802	1 553	3 226	5 262	3 196	2 279	985	608	24 357
Fréquentation payante	-	15 313	10 792	32 992	28 480	21 092	55 944	84 791	21 519	26 316	8 777	6 742	312 758
Fréquentation individuelle	-	14 960	7 646	28 844	21 823	12 648	56 290	88 367	18 795	21 939	7 914	6 064	285 290
Fréquentation groupes	-	1 305	4 576	6 212	9 459	9 997	2 880	1 686	5 920	6 656	1 848	1 286	51 825
dont Fréquentation scolaires	-	651	2 694	3 283	4 913	3 958	855	-	1 006	2 597	880	231	21 068
Visiteurs français (en %)	-	98,33%	96,98%	96,79%	93,30%	88,69%	88,60%	91,30%	90,08%	95,13%	97,15%	95,73%	93,83%
Visiteurs français (en nbre)	-	15 887	11 852	33 931	29 112	20 034	52 399	82 218	22 208	27 202	9 484	7 036	311 363
Visiteurs étrangers (en %)	-	1,67%	3,02%	3,21%	6,70%	11,31%	11,40%	8,70%	9,92%	4,87%	2,85%	4,27%	6,17%
Visiteurs étrangers (en nbre)	-	270	370	1 125	2 091	2 555	6 742	7 835	2 446	1 393	278	314	25 419
Dont visiteurs UK	-	40	52	179	361	462	869	1 219	693	235	31	19	4 160
Dont visiteurs D	-	12	63	165	357	554	1 284	1 698	455	236	24	26	4 874
Dont visiteurs NL	-	14	14	28	66	124	576	800	112	39	6	4	1 783
Dont visiteurs B	-	62	17	252	446	497	1 523	1 538	370	188	95	81	5 069
Dont visiteurs CH	-	14	23	185	126	237	1 029	508	216	181	12	40	2 571
Dont visiteurs IT	-	8	1	35	56	57	137	355	42	20	14	10	735
Dont visiteurs SP	-	25	69	90	121	125	366	843	145	91	16	53	1 944
Dont visiteurs PT	-	9	-	7	4	15	12	23	14	15	-	-	99
Dont visiteurs USA	-	4	10	25	15	36	122	93	30	27	-	36	398
Dont visiteurs Chi	-	-	-	-	-	10	18	1	4	8	-	-	41
Dont visiteur Canada	-	16	20	15	95	78	125	103	83	48	4	2	589
Dont visiteur Ukraine	-	10	32	14	16	28	22	16	12	27	6	-	183

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	2023	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Escal' Atlantic	86,21%	82,19%	89,56%	37,56%	48,65%	51,79%	53,80%	6,04%	10,62%	5,74%	46,07%	39,12%	39,69%	37,33%
Sous-marin Espadon	90,17%	90,30%	91,59%	39,30%	38,93%	42,33%	48,19%	3,93%	4,85%	4,44%	43,84%	47,70%	47,77%	42,89%
Ecomusée	87,73%	85,51%	90,45%	63,10%	64,46%	66,62%	69,09%	4,85%	8,12%	4,20%	24,43%	24,53%	25,88%	24,98%
Eol		91,43%	49,63%	53,54%	56,57%	56,12%				4,95%	33,66%	32,90%	34,31%	35,59%
Pass Port	86,30%	85,02%	84,55%					5,58%	8,05%	9,36%				
MOYENNE GENERALE SITES DE VISITE	87,60%	85,76%	89,52%	47,40%	51,40%	54,33%	56,80%	5,10%	7,91%	5,74%	37,00%	36,06%	36,91%	35,20%
Chantiers Navals	17,56%	15,24%	11,99%	9,32%	9,37%	7,88%	8,64%	50,61%	54,57%	63,51%	68,70%	67,45%	75,10%	72,60%
Airbus	11,29%	11,06%	9,38%	3,46%	7,04%	7,90%	6,63%	57,58%	58,37%	65,43%	75,97%	71,10%	41,06%	63,33%
Grand Port Maritime	20,00%	14,17%	7,07%	10,12%	7,27%	14,85%	10,44%	56,75%	56,37%	59,60%	63,92%	65,28%	71,24%	72,88%
Croisière	40,61%	35,20%	30,08%	22,63%	21,64%	22,28%	23,43%	21,60%	34,09%	45,68%	53,99%	47,70%	60,17%	60,02%
Visites patrimoine	37,21%	37,51%	23,15%	21,92%	9,19%	25,92%	29,10%	42,16%	33,37%	50,69%	55,26%	72,92%	67,91%	64,85%
MOYENNE GENERALE VISITES GUIDEES	25,33%	22,64%	16,33%	13,49%	10,90%	15,77%	15,65%	45,74%	47,35%	56,98%	63,57%	64,89%	63,10%	66,74%
2020	statistiques uniquement du 27 juin au 23 août													
2021	Statistiques uniquement du 5 juin au 14 novembre													

La mise en œuvre du logiciel de vente Sécuritex 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

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.

VISITE DE SITES INDUSTRIELS OPEREES 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	2023
CHANTIERS DE L'ATLANTIQUE	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	49 537
AIRBUS	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	9 223
NANTES SAINT-NAZAIRE PORT	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	8 693
TOTAL	45 470	42 625	49 328	51 428	47 979	55 608	64 924	76 529	76 516	80 774	85 470	26 968	40 281	59 930	67 453

ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES VISITEURS PAYANTS - SAINT NAZAIRE RENVERSANTE

				2023	2022	2021	2019
				% fréquentation totale	% fréquentation totale	% fréquentation totale	% fréquentation totale
France				93,83%	93,14%	95,83%	92,57%
Auvergne Rhône Alpes				5,61%	5,77%	8,08%	4,63%
Bourgogne Franche Comté				2,21%	2,39%	3,66%	1,92%
Bretagne				9,15%	8,24%	6,59%	9,31%
Centre Val de Loire				4,66%	4,65%	5,33%	4,21%
Corse				0,04%	0,02%	0,11%	0,01%
Grand Est				4,67%	4,67%	6,52%	4,20%
Dom-Tom				0,12%	0,15%	0,17%	0,07%
Hauts de France				3,41%	3,46%	4,45%	2,64%
Ile de France				11,05%	11,87%	11,46%	9,82%
Normandie				3,06%	2,99%	3,61%	3,14%
Nouvelle Aquitaine				4,30%	4,80%	4,97%	4,33%
Occitanie				2,07%	2,20%	3,42%	2,03%
Pays de la Loire				42,16%	40,73%	35,11%	45,24%
Loire Atlantique				32,22%	30,86%	26,98%	30,63%
Saint-Nazaire Agglomération				10,05%	10,36%	9,74%	12,09%
Nantes Métropole				6,78%	6,02%	4,72%	6,34%
Maine et Loire				3,49%	3,66%	2,72%	5,54%
Mayenne				1,28%	0,96%	1,37%	2,15%
Sarthe				1,60%	1,66%	1,50%	2,90%
Vendée				3,57%	3,59%	2,54%	4,02%
Provence Alpes Côte d'Azur				1,09%	1,18%	2,35%	1,02%
Belgique				1,52%	1,39%	1,25%	1,18%
Allemagne				1,46%	1,43%	0,84%	1,12%
Grande-Bretagne				1,10%	0,88%	0,15%	1,01%
Suisse				0,78%	0,76%	0,58%	0,62%
Espagne				0,58%	0,51%	0,19%	0,61%
Pays-Bas				0,54%	0,56%	0,33%	0,43%
Italie				0,23%	0,23%	0,11%	0,17%
Canada				0,18%	0,09%	0,02%	0,16%
Irlande				0,15%	0,14%	0,01%	0,15%
Etats-Unis				0,12%	0,09%	0,10%	0,14%
Luxembourg				0,10%	0,06%	0,15%	0,06%
Portugal				0,04%	0,04%	0,03%	0,04%
Pologne				0,11%	0,06%	0,03%	0,08%

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

Boutique Escal' Atlantic

Mois	Fréquentation touristique (gratuit et payant)		Evolution 2023/2022 fréquentation	Chiffres d'affaires HT		Chiffres d'affaires TTC		Evolution 2023/2022 CA TTC	Indice de vente (sur la base du CA TTC)		Panier moyen		Nombre de tickets	
	2022	2023		2022	2023	2022	2023		2022	2023	2022	2023	2022	2023
	Janvier	-		-	-	-	-		-	-	-	-	-	-
Février	4 520	4 345	-4%	10 839,19 €	9 210,94 €	12 596,76 €	10 536,36 €	-16%	2,79	2,42	14,31 €	16,49 €	662	653
Mars	2 670	3 593	35%	7 461,76 €	7 857,62 €	7 985,75 €	9 050,78 €	13%	2,99	2,52	17,79 €	14,72 €	525	648
Avril	7 178	9 082	27%	15 893,18 €	19 094,82 €	18 267,26 €	22 030,02 €	21%	2,54	2,43	14,94 €	15,86 €	1253	1409
Mai	6 227	8 476	36%	17 453,86 €	24 226,00 €	20 205,41 €	27 865,00 €	38%	3,24	3,29	15,02 €	17,19 €	1356	1629
Juin	6 522	6 279	-4%	15 849,00 €	14 986,57 €	18 327,00 €	17 189,43 €	-6%	2,81	3,17	15,43 €	16,46 €	1246	1078
Juillet	12 692	15 775	24%	34 252,00 €	47 374,58 €	39 573,00 €	50 604,00 €	28%	3,12	3,21	16,78 €	16,84 €	2416	2872
Août	24 232	25 087	4%	61 930,92 €	65 485,55 €	71 766,51 €	75 731,89 €	6%	2,96	3,02	16,14 €	16,93 €	4489	4440
Septembre	6 436	6 308	-2%	15 936,00 €	18 666,67 €	18 380,00 €	20 452,74 €	11%	2,86	3,24	15,94 €	16,64 €	1168	1296
Octobre	6 028	8 324	38%	13 923,44 €	17 765,54 €	15 850,93 €	20 410,85 €	29%	2,63	2,45	14,08 €	16,63 €	1053	1257
Novembre	3 938	3 106	-21%	8 163,99 €	5 035,65 €	9 376,66 €	5 811,33 €	-38%	2,38	1,87	16,27 €	19,99 €	573	359
Décembre	3 793	2 046	-46%	6 267,41 €	5 309,51 €	7 163,89 €	6 060,54 €	-15%	1,89	2,96	21,67 €	19,60 €		331
TOTAL	84 236	92 421	10%	207 970,75 €	235 013,45 €	239 493,17 €	265 742,94 €	11%	2,84	2,88	16,22 €	17,03 €	14741	15972

Boutique Ecluse Fortifiée

Mois	Fréquentation touristique (gratuit et payant)		Evolution 2023/2022 fréquentation	Chiffres d'affaires HT		Chiffres d'affaires TTC		Evolution 2023/2022 CA TTC	Indice de vente (sur la base du CA TTC)		Panier moyen		Nombre de tickets	
	2022	2023		2022	2023	2022	2023		2022	2023	2022	2023	2022	2023
	Janvier	-		-	-	-	-		-	-	-	-	-	-
Février	8 638	8 349	-3%	12 848,31 €	12 335,76 €	15 042,07 €	14 346,58 €	-5%	1,74	1,72	15,19 €	15,40 €	990	907
Mars	5 268	4 977	-6%	7 590,00 €	7 086,71 €	8 989,68 €	8 289,14 €	-8%	1,71	1,67	12,79 €	14,42 €	679	583
Avril	12 407	16 496	33%	22 281,01 €	26 903,64 €	26 018,40 €	31 537,78 €	21%	2,10	1,91	15,28 €	15,60 €	1637	1960
Mai	9 947	12 363	24%	16 501,49 €	19 630,00 €	19 321,90 €	23 288,00 €	21%	1,94	1,88	14,30 €	15,68 €	1482	1332
Juin	9 094	8 242	-9%	12 310,00 €	12 490,59 €	14 437,00 €	14 569,49 €	1%	1,59	2,45	12,93 €	15,62 €	1164	958
Juillet	24 957	27 567	10%	41 205,00 €	54 067,70 €	47 959,00 €	63 254,59 €	32%	1,92	2,29	14,68 €	16,72 €	3116	3720
Août	37 464	40 881	9%	61 343,16 €	81 802,00 €	70 932,83 €	95 959,92 €	35%	1,89	2,35	15,90 €	15,90 €	4396	5470
Septembre	9 371	8 802	-6%	12 677,31 €	15 596,22 €	14 583,86 €	18 196,08 €	25%	1,56	2,07	14,92 €	15,43 €	1029	1136
Octobre	10 486	11 857	13%	14 780,24 €	17 819,61 €	17 257,31 €	20 795,60 €	21%	1,65	1,75	15,28 €	16,46 €	1132	1270
Novembre	6 684	3 999	-40%	9 833,71 €	6 484,88 €	11 482,00 €	7 603,56 €	-34%	1,72	1,90	16,27 €	21,13 €	655	443
Décembre	5 523	3 043	-45%	6 068,99 €	5 190,44 €	7 095,62 €	6 015,59 €	-15%	1,28	1,98	15,11 €	16,98 €		329
TOTAL	139 839	146 576	5%	217 439,22 €	259 407,55 €	253 119,67 €	303 856,33 €	20%	1,81	2,07	14,79 €	16,30 €	16280	18108

Bar Escal' Atlantic

Mois	Fréquentation touristique (gratuit et payant)		Evolution 2023/2022 fréquentation	Chiffres d'affaires HT		Chiffres d'affaires TTC		Evolution 2023/2022 CA TTC	Panier moyen (sur la base du CA TTC)		Nombre de cocktails sans alcool		Nombre de cocktails avec alcool		TOTAL	
	2022	2023		2022	2023	2022	2023		2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
	Janvier	-		-	-	- €	- €		- €	- €	-	-	0	0	0	0
Février	4 520	4 345	-4%	2 623,22 €	2 877,69 €	2 921,20 €	3 230,35 €	11%	0,65	0,74	70	90	41	73	111	163
Mars	2 670	3 593	35%	1 013,42 €	1 708,34 €	1 130,00 €	1 926,55 €	70%	0,42	0,54	24	35	18	23	42	58
Avril	7 178	9 082	27%	3 160,57 €	4 608,58 €	3 574,00 €	5 161,05 €	44%	0,50	0,57	100	93	69	46	169	139
Mai	6 227	8 476	36%	2 984,32 €	3 804,78 €	3 350,35 €	4 273,40 €	28%	0,54	0,50	112	91	65	58	177	149
Juin	6 522	6 279	-4%	1 491,57 €	1 972,17 €	1 676,50 €	2 237,55 €	33%	0,26	0,36	41	42	27	47	68	89
Juillet	12 692	15 775	24%	6 701,90 €	8 705,63 €	7 472,70 €	9 782,10 €	31%	0,59	0,62	217	212	125	170	342	382
Août	24 232	25 087	4%	15 045,05 €	15 536,41 €	16 854,60 €	17 426,60 €	3%	0,70	0,69	357	382	253	247	610	629
Septembre	6 436	6 308	-2%	2 590,49 €	3 721,06 €	2 929,25 €	4 212,20 €	44%	0,46	0,67	39	75	58	75	97	150
Octobre	6 028	8 324	38%	2 746,98 €	4 757,50 €	3 089,40 €	5 363,60 €	74%	0,51	0,64	42	69	50	71	92	140
Novembre	3 938	3 106	-21%	2 161,98 €	1 261,79 €	2 426,25 €	1 417,40 €	-42%	0,62	0,46	37	12	40	26	77	38
Décembre	3 793	2 046	-46%	1 832,43 €	1 185,92 €	2 055,70 €	1 333,30 €	-35%	0,54	0,65	18	20	19	20	37	40
TOTAL	84 236	92 421	10%	42 351,93 €	50 139,87 €	47 479,95 €	56 364,10 €	19%	0,56	0,61	1 057	1 121	765	856	1 822	1 977

Chiffres d'affaires et marges

	01/01/2023 31/12/2023	12,00 mois	01/01/2022 31/12/2022	12,00 mois	Ecart	%
ACTIVITE COMMERCIALE						
Ventes de marchandises	558 870,65	100,00	469 166,33	100,00	89 704,32	19,12
Achats de marchandises	327 546,68	56,61	278 330,15	59,32	49 216,53	17,66
Variation stocks de marchandises	3 669,75	0,66	(23 592,83)	-5,03	27 262,58	-115,55
Total des achats revendus	331 216,43	59,27	254 737,32	54,30	76 479,11	30,02
MARGE COMMERCIALE (a)	227 654,22	40,73	214 429,01	45,70	13 225,21	6,17
ACTIVITE DE PRODUCTION						
Production vendue (et services)	3 583 590,30	99,36	3 235 079,75	100,00	348 510,55	10,77
Production stockée						
Production immobilisée	22 525,40	0,62			22 525,40	
Production de la période	3 606 115,70	100,00	3 235 079,75	100,00	371 035,95	11,47
Achats de matières premières	1 162,73	0,03			1 162,73	
Variation de stocks de matières						
Achats de sous-traitance directe	525 991,90	14,59	469 667,93	14,52	56 323,97	11,99
Total des achats consommés	527 154,63	14,62	469 667,93	14,52	57 486,70	12,24
MARGE SUR COUT DES MATIERES	3 078 961,07	85,38	2 765 411,82	85,48	313 549,25	11,34
SYNTHESE DE L'ACTIVITE						
Ventes de marchandises	558 870,65	13,42	469 166,33	12,67	89 704,32	19,12
Production de la période	3 606 115,70	86,56	3 235 079,75	87,33	371 035,95	11,47
ACTIVITE DE LA PERIODE	4 164 986,35	100,00	3 704 246,08	100,00	460 740,27	12,44
Marge commerciale	227 654,22	5,47	214 429,01	5,79	13 225,21	6,17
Marge sur coût des matières	3 078 961,07	73,92	2 765 411,82	74,66	313 549,25	11,34
MARGE SUR MATIERES ET ACHATS	3 306 615,29	79,39	2 979 840,83	80,44	326 774,46	10,97

Au cours de l'exercice 2023, le chiffre d'affaires global des activités commerciales de la société atteint 4 164 986 €, soit une évolution favorable de 12.44 % par rapport à 2022.

L'activité billetterie évolue significativement par rapport à 2022 avec 2 981 202 € de chiffre d'affaires, soit une augmentation de 17 %.

L'activité des boutiques connaît également une augmentation de 19.3 % de son activité avec un chiffre d'affaires de 508 663 €.

La dynamique est la même pour l'activité bar avec 50 208 € de chiffre d'affaires et une progression de 17.3 % par rapport à 2022.

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 2023 et comparatif avec les 2 années précédentes.

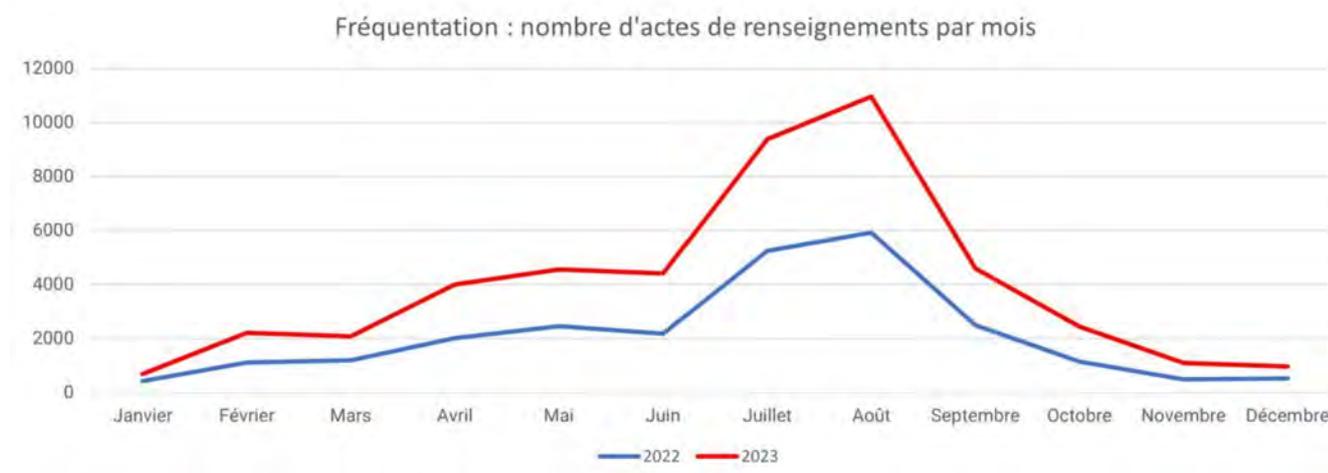


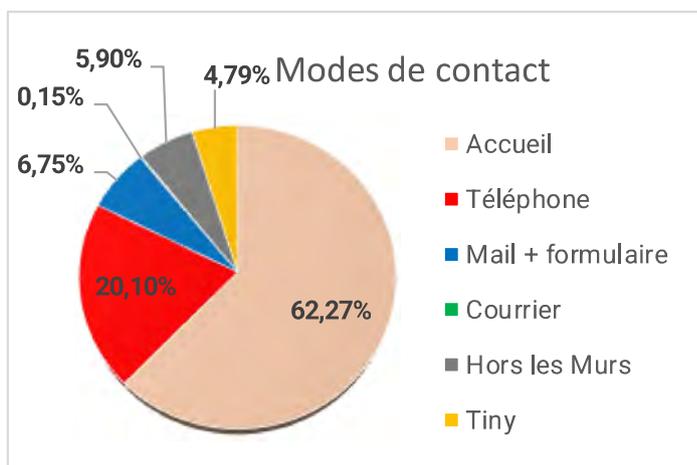
L'année 2023 est une belle année en terme d'actes de renseignement pour l'Office de tourisme intercommunal. Les aléas météorologiques ont incité les publics à s'informer auprès des experts en séjour de la destination, et ceux-ci, en fonction de la pluie ou du beau temps et des envies de chacun, ont pu orienter touristes, excursionnistes et habitants vers des activités adaptées, confirmant ainsi la destination, Saint-Nazaire Roversante, comme répondant à la demande de tous les publics, pour des découvertes multiples au cours d'une journée ou d'un séjour.

Dès le mois de janvier et jusqu'au mois de décembre, le comparatif mensuel des actes de renseignement va se maintenir au-dessus des chiffres de 2022. Il n'y a que le mois de juin qui soit très légèrement négatif avec **-1,4%** et les mois d'octobre et novembre avec respectivement, **-14 %** et **-23%** qui infléchissent vraiment la courbe par rapport à 2022.

Les nombre d'appels téléphoniques et d'e-mails montrent des augmentations de **+ 31,8 %** pour les appels et de **+ 42 %** pour les e-mails. L'augmentation du nombre de demandes par e-mail est principalement due à une opération de communication dites « pop-up », en lien avec la stratégie digitale. Cette opération invite les internautes visitant les pages de la destination à nous demander l'envoi du magazine de la destination ; déjà 1400 envois depuis le début (été 2022) dont 891 en 2023.

La fréquentation globale :





Tableaux comparatifs annuels : fréquentation et actes de renseignement

Global annuel	2021	2022	2023	(2022/2023) En %
Actes de renseignements Source Tourinsoft®et Google Form	23 463	22 162	25 277*	+ 14,1
Entrées libres OT base sous-marine Source éco-compteur Shoppertrack	61 411	72 125	62 887(+ 6762 hors les murs/TINY)*	- 12,8

***2705** actes de renseignements ont été réalisés entre le Tiny Office et le Hors les murs (présence d'un pré-accueil devant la base sous-marine + la Méhari). Si on applique le coefficient des Offices de Tourisme de 2,5 permettant d'avoir une meilleure représentation du flux, cela représente **6 762** personnes. Cela porte alors la fréquentation à **69 679** personnes sur l'ensemble des accueils de la destination.

Tableaux comparatifs annuels saison été

Actes de renseignement (source SIT Tourinsoft+ google form pour hors les murs).	2021	2022	2023	(2022/2023) En %
juillet	5 951	4 130	5 250	+ 27 %
août	7 257	5 038	5 921	+ 17,5 %
septembre	2 964	2 105	2 499	+ 18,7 %

Le calendrier des ouvertures :

L'Office de Tourisme principal a été ouvert 332 jours sur l'année, dont 55 jours en ½ journée sur la période de novembre à début février (hors vacances scolaires), soit juste 3 jours de moins qu'en 2022.

Une analyse des horaires d'ouverture est en cours, elle nous permet d'être au plus près de la réalité des flux. Ainsi en 2023, les horaires des mois de février, mars et octobre ont-ils été ajustés à la réalité des flux notamment sur la fin de journée, avec une fermeture à 17h au lieu de 17h30, ce qui correspond mieux au public excursionniste présent sur ces périodes.

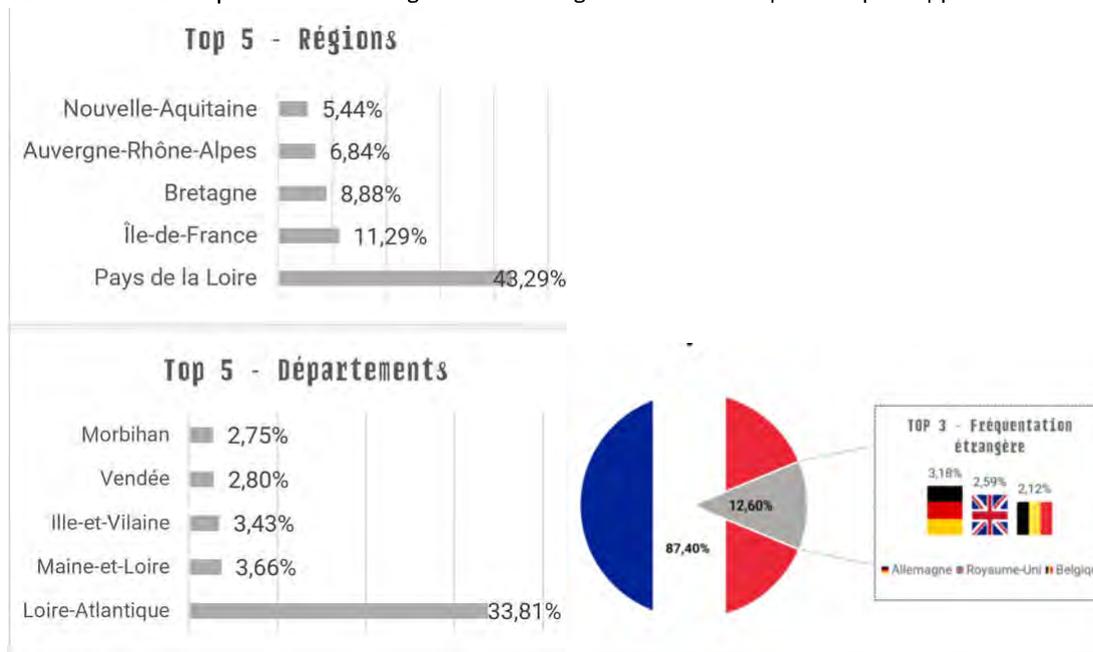
Le bureau d'information touristique de Saint-André-des-Eaux a ouvert du 5 juillet 2023 au 30 septembre soit 84 jours. Les horaires envisagés de 9H30 à 13H et 14H à 17H30 étaient adaptés aux flux.

Le « Hors les murs » estival réalisé avec la Méhari et le triporteur a dû s'adapter à la météorologie notamment en Août.

La provenance visiteurs

Les visiteurs européens continuent d’être régulièrement en augmentation en comparaison avec les chiffres des années juste après Covid (en 2022 : 10,5 %). Les Britanniques font leur réapparition en deuxième position dans le Top 3.

Les clientèles de proximité sont également en augmentation sur la période par rapport à 2022.



Les activités sur le territoire de Saint-Nazaire Renversante :

	2021	2022	2023	Evolution 2022/23
Sorties bateaux : croisières (y compris chalands)	910	1 260	1 623	28,8%
Randonnée Pédestre	726	488	456	-6,6%
Randonnée cyclable	955	908	785	-13,5%
Animations (des communes et événements)	2 766	2 654	3 291	24,0%
Circuits urbains en autonomie	4 996	5 544	7 112	28,3%
Visites ST Nazaire Renversante	11 540	10 401	11 636	11,9%
Site naturel Brière	611	311	400	28,6%

Si la répartition des activités reste stable, le type de loisirs est quant à lui fortement impacté par la météorologie. Ainsi cette année, les demandes de randonnées pédestres et cyclables ont baissé au profit des demandes de circuits urbains qui permettent un loisir de découverte en autonomie à la fois plus court et plus flexible.

La demande de sortie bateaux (croisières) est en progression constante, les animations, souvent gratuites, proposées par les communes ont progressé dans les mêmes proportions.

4.1.2. Sorties hors les murs



Les sorties en hors les murs

Les sorties en hors les murs sur les grands événements du printemps à la fin de l'été, en des lieux de passage de flux identifiés en haute saison font partie de la stratégie dites SADI (Schéma d'accueil et de diffusion de l'information).

La présence en Méhari sur le marché du dimanche à Saint-Marc est un incontournable. Locaux et touristes de tous âges s'y côtoient ; entre 70 et 90 actes de renseignements ont pu être effectués par dimanche pendant l'été.

En 2022, un pré-accueil était installé par le Pôle Exploitation devant l'entrée de la Base sous-marine au niveau des départs de visites en autocar. Les personnes en charge de ce lieu d'accueil avaient pour mission de recevoir les visiteurs munis de billets et de les orienter vers les différents lieux de départ des visites proposées par Saint-Nazaire Renversante. Le retour d'expérience a permis de découvrir qu'un premier niveau d'information touristique était souvent délivré également (remise de plans, géolocalisation ...). En 2023, le personnel d'accueil a reçu une formation plus poussée, entremêlée de conseils en séjour. Les statistiques sont probantes et ce lieu devient également un incontournable du hors les murs durant la haute saison.

La présence à Rozé serait peut-être à repenser pour 2024, un marché de producteurs qui gagne en notoriété, s'installe désormais sous la halle à côté du Belvédère un vendredi par mois.

Quant au triporteur, il n'a pu sortir que 10 fois sur la période en raison du mauvais temps.

4.1.3. La programmation des activités et des services

■ Présence auprès de nos partenaires et collectivités

36 actions ont été menées, tout au long de l'année auprès de partenaires et des collectivités.



Certaines actions sont désormais régulières : Côté Nature, La Fête du Parc, les différents festivals, le Beach Tour.

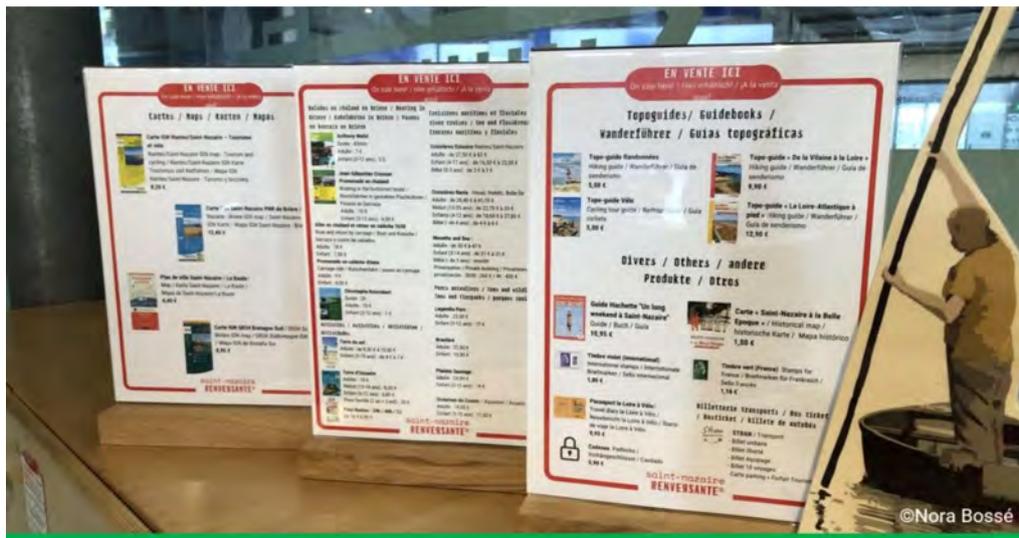
Cette année était plus ciblée vers les habitants avec des actions plus engagées telles que :

- dans les quartiers en collaboration avec SILENE, la méhari était à la Bouletterie pour partager avec les habitants la possibilité de passer des « vacances chez eux ».
- avec « Place aux Associations » qui a intégré l'Office de Tourisme principal dans son périmètre lors de son grand rassemblement en septembre, permettant à ses visiteurs de profiter de l'occasion pour prendre les programmes de la rentrée culturelle.
- Avec le CESI dont les étudiants ont pu découvrir l'Office de Tourisme grâce à un accueil au sein de leur établissement pour accompagner la rentrée.

Enfin les agents d'accueil de la Mairie de Saint-Nazaire, des Mairies annexes et autres structures paramunicipales ont été accueillis à Escal'Atlantic pour leur faire découvrir la structure SPL SNAT, les services qui la composent et ses missions.

Terre d'Estuaire et Légendia Parc ont été reçus à l'Office de tourisme afin de faire la promotion de leurs produits.

▪ **Les ventes : billetterie externe**



L'Office de Tourisme Intercommunal a progressé dans ses ventes.

- Volume des ventes 2020 = 13 293,94 €
- Volume de ventes 2021 = 14 872,95 €
- Volume des ventes 2022 = 18 909.81 € HT
- Volume des ventes 2023 = 18 121.41 € HT

• **Billetterie et boutique**

L'objectif recherché par l'Office de Tourisme est de faciliter le séjour du visiteur. Aussi les produits vendus évoluent-ils en fonction des demandes et des nouvelles tendances de séjour.



Le Top 5 de l'Office de Tourisme principal reste composé depuis plusieurs années de : la Carte parking « Forfait Tourisme » qui permet d'avoir recours au parking des Antilles à prix réduit ; les tickets de bus de la STRAN qui permettent la promotion du mode de vacances « sans voiture » ; les plan Blay Foldex Saint-Nazaire/La Baule souvent demandés par les futurs habitants, enfin les topo guides randonnées vélo et pédestres appréciés des randonneurs au printemps. Ces topo-guides ont également pu être proposés au Tiny Office, tout comme le livre « Découvertes gourmandes » mettant en avant les grands restaurateurs du Parc Naturel Régional de Brière.

Les billetteries externes sont proposées au Tiny-Office et à l'Office de Tourisme de la Base sous-marine. Elles permettent de contribuer à la mise en avant des acteurs touristiques du territoire, c'est le cas des promeneurs en chalands ou Mouette & Sea par exemple.

Elles permettent aussi de résonner avec le territoire lors des festivals, c'est le cas avec Les Escales à Saint-Nazaire, Les Chalands fleuris à Saint-André des Eaux. Elles répondent enfin à une demande des publics en facilitant l'achat de certains grands sites du 44 tout en les faisant bénéficier d'un tarif préférentiel.

Les ventes de croisières Croisières Estuaire, Navix et Mouette and Sea sont en première place sur le Top 5, suivies par les Festivals cités ci-dessus et enfin les sites animaliers comme Planète Sauvage et l'Océarium du Croisic.

4.1.4. Le Comité consultatif des acteurs du tourisme

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. Trois ateliers thématiques structurent le comité, à partir desquels sont organisés rendez-vous, rencontres, partages d'expériences, découvertes de lieux et opérations collectives.

L'ambition partagée :

- faire rayonner ensemble le territoire,
- favoriser les rencontres,
- partager une vision commune du tourisme durable afin d'œuvrer collectivement pour les touristes et les habitants .

Le bilan annuel 2022 a eu lieu le 30 janvier 2023. A cette occasion ont pu être partagées des solutions liées à l'emploi et à l'hébergement des personnels saisonniers, fruits des actions engagées l'année précédente.

Les projets liés au développement du Tiny-Office ont concentré les énergies et plusieurs rencontres ont eu lieu avec les socio-professionnels andréanais.

Enfin une action autour de la volonté des librairies Indépendantes nazairiennes a permis de créer un nouveau parcours urbain : « Lire en ville ».



Guide des Partenaires
et Ambassadeurs de la destination

saint-nazaire
RENVERSANTE®

   saint-nazaire-tourisme.com

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.



En 2023, il y a eu **11 bénévoles actifs** au sein du réseau. 31 balades ont été effectuées.

→ Top 3 des thèmes choisis pour les balades: Histoire de la ville, la Brière, Le Port et la ville

→ « Venez en visiteur et partez en ami » Greeter (en bleu) et visiteurs (en vert) !



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

Rappel des échéances passées :

15 septembre 2023 : l'Office de Tourisme était en audit de renouvellement de la marque Qualité Tourisme, qu'il a obtenu avec un taux de conformité de 93,58%.



Rappel des échéances futures :

. Début 2024 : démarche de re classement en catégorie I.

Bilan qualité :

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, ainsi que par les réseaux sociaux.

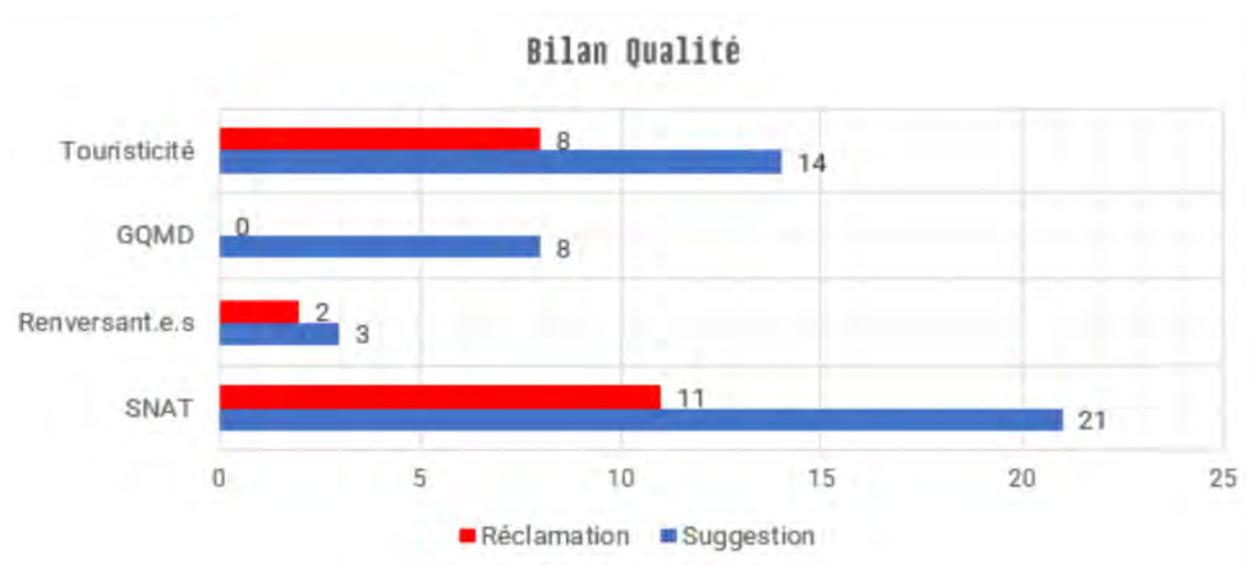
Le Groupe Qualité Destination qui est en place est un écosystème vertueux qui permet d'impulser des dynamiques croisées favorables à une qualité de services à l'échelle de la destination.

Ce groupe découle d'une mise en cohérence des différentes démarches qualité 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'écosystème de la qualité de services de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme pour la destination *Saint-Nazaire Renversante*



L'écoute client, essentiellement mise en place par un recueil des doléances des visiteurs de la destination (soit par fiche de réclamation, soit par formulaire de contact, modération web ou en direct par les conseillers), contribue à alimenter cet écosystème. Ce dernier permet aux groupes qui le compose de travailler sur les sujets importants rapportés par le bilan qualité, dans un objectif d'amélioration continue des services et de la destination.



Certaines thématiques sont récurrentes notamment la nouvelle version d'Escal'Atlantic moins immersive que la précédente ou la signalétique de la Base ou celle du sous-marin Espadon. Après analyse, il faut retenir de ce bilan : des appréciations positives, des points de vigilance, et un sujet de réflexion pour l'avenir (voir ci-dessous).

- 😊 L'équilibre entre le numérique et les imprimés (magazines, plans, brochures)
- 😊 Les parcours pédestres : à faire en autonomie
- 😊 Les programmes/agendas bien en amont des séjours
- 😐 Les signalétique ou signalisation manquantes en ville ou en Brière
- 😐 L'absence de location de vélo pour les enfants
- 🤔 Recharge électrique des véhicules

Pour 2022/2024, le Groupe Qualité Mobilités Douces qui intervient sur la qualité des itinéraires proposés sur le territoire de l'agglomération, pilote une nouvelle feuille de route dont les ambitions sont les suivantes :

- Un diagnostic du GRP® Tour de Brière : randonnée, vtt, pour définir la valorisation touristique à déployer,
- La préparation d'une édition des topo-guides vélo et topo-guides multi activités (2024),
- Réflexion sur les chemins pédestres nazairiens dits « Les chemins de traverse » permettant de relier la ville à la Brière afin d'évaluer leur potentiel,
- Modification des fiches de randonnées du site Saint-Nazaire Renversante. L'objectif étant d'harmoniser les contenus et d'avoir des fiches imprimables.

Le bilan d'écoute clients à l'Office de Tourisme

Les outils de mesure utilisés pour vérifier la satisfaction des services proposés sont :

- Les questionnaires de satisfaction (il est en 3 langues) numériques et papier: 481 questionnaires remplis (467 en français / 12 en anglais / 2 en allemand).
- L'analyse qui suit permet de vérifier la qualité des services d'accueil et d'ajuster si nécessaire.

Dans quelle mesure êtes-vous satisfaits des éléments suivants :



L'accueil, la prise en compte des demandes et l'écoute restent supérieure à 98 %.

La marge de progression est liée à la documentation en libre-service. Contrairement aux attentes, la demande de supports papier reste forte s'agissant des programmes d'animations que les publics apprécieraient de pouvoir avoir bien en amont pour programmer leurs séjour ou la venue des proches.

113 questionnaire de satisfaction envoyé à chaque fin d'e-mail ont permis de récolter 70 réponses supplémentaires (soit 22% de l'échantillon total), permettant d'évaluer la satisfaction du visiteur quant au délai de réponse écrite et la qualité de celle-ci. Ce questionnaire permet également de connaître le temps de séjour envisagé sur la destination (32 % pour la semaine, 25 % pour la journée, 25 % pour 3 à 4 jours).

4.1.7. Les croisières : 1 accueil d'escale(s) de paquebot :



Sur les 4 escales prévues sur le port de Montoir-de-Bretagne, seule une d'entre elles a pu se maintenir. Le paquebot AMBITION avec 1900 passagers et 463 membres d'équipage à bord. Les 3 navettes mises en place ont permis de transporter 1000 personnes vers la Base sous-marine.

Face à la montée en puissance de l'éolien en mer et à la difficulté de disposer de quais pouvant accueillir les paquebots de croisières à Montoir et à Cheviré à Nantes, le Club Croisière préfère revoir sa stratégie. Celui-ci est maintenu juridiquement avec une mise en suspens des actions de prospections, en attendant la confirmation de nouvelles orientations stratégiques.

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 socle qui s'installe sur le long terme : un observatoire des publics pour une meilleure connaissance des clientèles.

- En 2023, une grande enquête de connaissance des visiteurs de l'ensemble des offres de Saint-Nazaire Renversante a été déployée.
 - Objectif : mieux connaître des visiteurs de Saint-Nazaire Renversante : d'où ils viennent, leur profil, leurs attentes, leurs pratiques...
 - Une enquête confiée au Cabinet rennais GECE
 - Une enquête déployée d'avril 2023 à début janvier 2024 afin de couvrir toutes les périodes de l'année.
 - Une enquête multi-canal administrée en ligne : sur borne sur sites, via QR Code et via les mails de remerciement post visite
 - 5 668 questionnaires récoltés et exploitables
 - Résultats attendus pour fin février 2024
- 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 pôle digital de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme. Une attention est systématiquement apportée aux avis et une réponse est formulée si nécessaire.

>> 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 2023, 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 l'agence Disobey, 3 visuels pour la campagne destination et 4 visuels pour la promotion des sites de visite.

Budget 2023 : 195 000€ HT

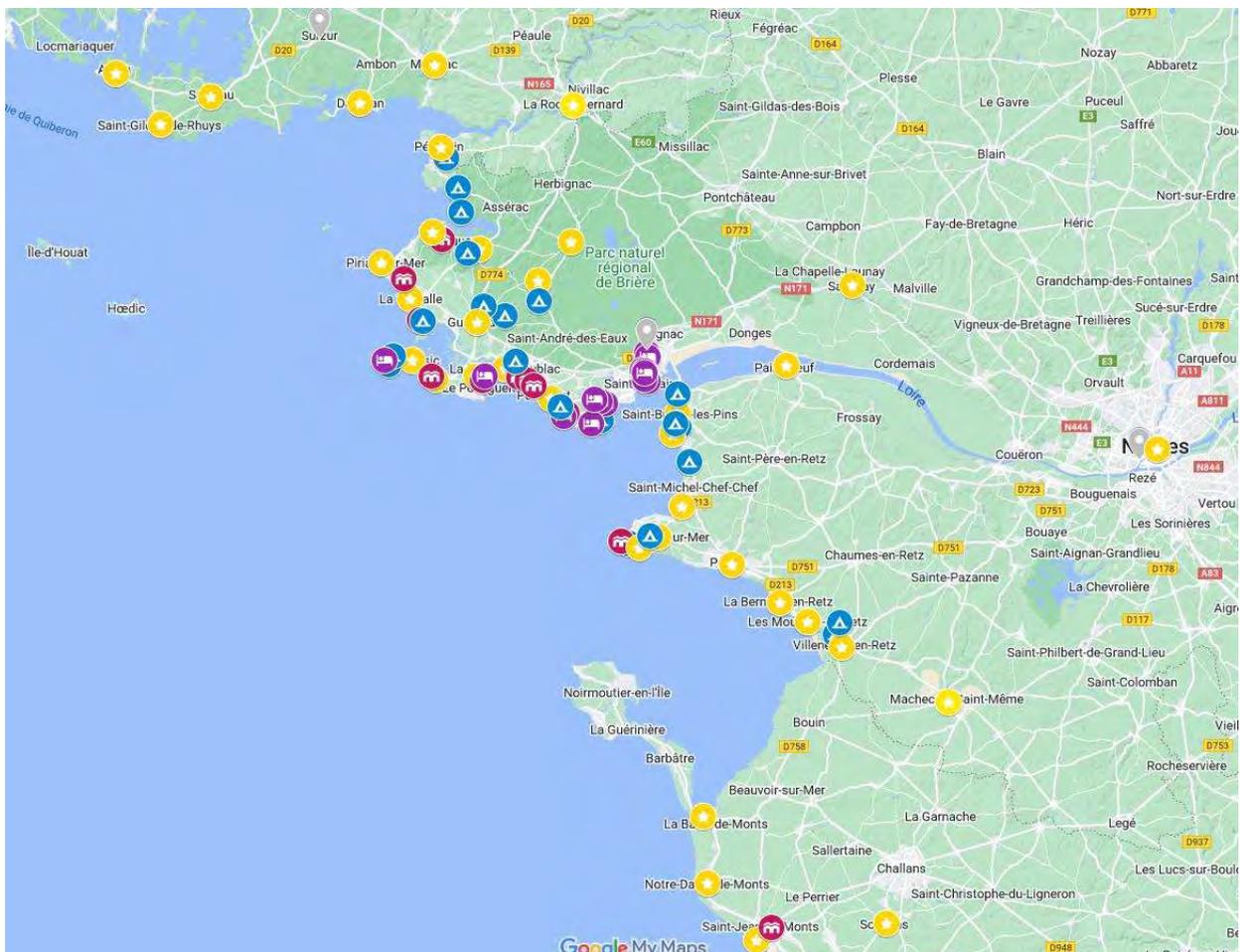


- **Les insertions imprimées – Budget 16 500 € HT**
 - Collaboration avec les Offices de Tourisme partenaires
 - Insertions dans les supports locaux : Haut-Parleur, Guide UV 44, Guide UV SN (Popamine), Estuaire, Guides Escapades (Echo de la Presqu'île), Guide des Loisirs en Bretagne.
 - Insertions dans le magazine ELLE (décrochage PDL et Bretagne) : 7 semaines en juillet/août 2023
 - Thèmes : visites et Saison patrimoine.
 - Réduction de cet axe d'intervention au profit d'actions digitales.

- **Diffusion des supports de communication grand public – Budget 28 500 € HT**
 - Période : à l'année, de janvier (mise en place des brochures avant la réouverture des sites en février) à octobre, plusieurs tournées de réassort.
 - Quoi : le kit promotion (brochures visites grand public + affichette + présentoirs), flyer croisières découvertes
 - Diffuseur brochures visites : Alfran (44 et 49) et Terre Océan Communication (85 et 56)
 - Une opération spéciale d'encartage de la brochure visites dans 2 supports locaux : *L'Echo de la Presqu'île* et *Le Courrier du Pays de Retz*. Une opération qui permet de toucher directement les habitants du territoire
 - Diffuseur brochures Saison Patrimoine : diffusion interne

- **Des spots radio - Budget 7 800 € HT**
 - **Promotion des visites + une opération de promotion du tourisme d'affaires.**
 - **Diffusion** : RCA (2ème radio en termes d'audience dans le secteur de Saint-Nazaire après France Inter), France Bleu Loire Océan et Europe 2 >> spots classiques et sponsoring météo.

- **Animation du réseau des partenaires revendeurs :**
 - **130 revendeurs en 2023** : 30 % CE et Inter CE, 29 % OT, 16 % campings, 13 % résidences de vacances, 10 % hôtels
 - **Chiffre d'affaires généré par la billetterie externe en 2023 : 130 000 €** contre 110 000 € en 2022.



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

En 2023, le digital est largement monté en puissance au sein de chez SNAT. Chloé Demora a été recrutée au poste de Community Manageure. Jérôme Bosger s’est recentré sur les missions de webmarketing. L’ensemble des indicateurs digitaux démontrent de très bons résultats.

- **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 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.
 - 993 000 visiteurs uniques pour un total de 2 600 000 pages vues.
 - 130 000 billets vendus en ligne pour un chiffre d’affaires généré en ligne de 1 270 000 € HT, soit une progression de 30 % par rapport à 2022.
 - En moyenne annuelle : 50 % de réservation en ligne.

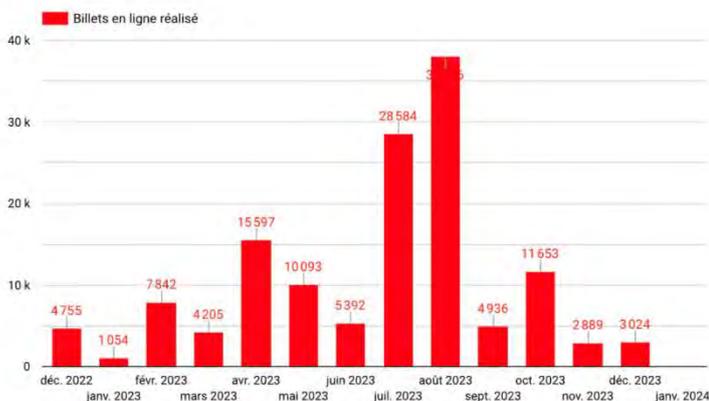
Les ventes en ligne sur le site internet et les tops des pages consultées sur le site saint-nazaire-tourisme.com : *(bleu = visites / rouge = destination)*



Ventes en ligne du site internet

Billets en ligne réalisé	CA en ligne réalisé	% de CA en ligne réalisé
133 305	1 326 013 €	50,84 %
↑ 10,9%	↑ 24,8%	↓ -0,9%

Taux de conversion par utilisateur
3,07 %



1. *Sous-Marin Espadon*
2. *Chantiers Navals*
3. *Escaf'Atlantic*
4. *Airbus Atlantic*
5. *Croisières découvertes*
6. *La base sous-marine*
7. *EOL Centre éolien*
8. *Écomusée*
9. *Le Grand Port Maritime*
10. *La Saison patrimoine*

1. *Où et quand assister aux départs des paquebots*
2. *Découvrez le programme de Noël à Saint-Nazaire et en Brière*
3. *L'agenda*
4. *Saint-Nazaire et ses plages*
5. *Le Parc naturel régional de Brière*
6. *Le sentier des douaniers - GR34*
7. *Le programme de l'été à Saint-Nazaire et en Brière*
8. *Découvrir la ville*
9. *Balades et randonnées à pied*
10. *Saint-Marc-sur-Mer et la plage de M. Hulot*

LES RESEAUX SOCIAUX. Une montée en puissance :



Best of Instagram



Réel

25 601 personnes touchées



Réel Celebrity Ascent

15 504 personnes touchées



Coup de coeur

13 031 personnes touchées

Best of Facebook



Vidéo départ du MSC Euribia

1 690 514 personnes touchées



Vidéo à bord du Celebrity Ascent

285 276 personnes touchées



Débord de Loire

244 918 personnes touchées

Zoom sur 4 actions :

Les Portraits Renversants : des portraits vidéos de personnalités connues ou moins connues révélant tout particulièrement le territoire. Portraits vidéo soignés et réalisés en interne.

Trois portraits de grande qualité réalisés en 2023 : le Beluga XL d'Airbus, Eric Guérin chef étoilé de la Mare aux Oiseaux et Michaëlla Mahé-Gestin, capitaine de remorqueur.

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. En 2023, l'équipe a suivi le départ du MSC Euribia : un premier live à bord du navire à quai (20 000 vues) puis un live pour son départ (près de 40 000 vues). Ces live permettent à nos communautés de suivre ces événements de façon privilégiée et avec des points de vue exceptionnels.

Une nouvelle dynamique sur les réseaux sociaux. L'année 2023, à la faveur de l'arrivée de Chloé Demora au poste de Community Manageure, a créé l'opportunité de lancer une nouvelle dynamique. La production de stories et Réels a largement augmenté. La tonalité des prises de parole a été revue pour plus de « renversement », l'incarnation a pris plus de place avec plus de face caméra. En chiffres : près de 620 000 vues de Réels sur Instagram, plus de 100 000 vues vidéos sur Tiktok !

Le marketing d'influence : l'accueil de 3 influenceurs en septembre 2023

>> **Découvrir ensemble :** 60 000 abonnés sur Facebook – 10 stories Instagram (5 000 personnes touchées), 1 Reel sur Instagram (7 500 vues), 1 article de blog.

>> **Culturez-vous :** 105 000 abonnés sur Instagram, 32 500 sur Facebook – 53 stories (1 600 personnes touchées), 1 Reel sur Instagram (17 000 personnes touchées), 1 post Facebook (4 300 personnes touchées), 2 articles de blog, 1 newsletter.

Portrait Renversant
LE BELUGA XL
Les images exclusives d'un avion hors-norme

Bienvenue à bord du Beluga XL. Vous avez peut-être déjà observé ce majestueux cétacé dans le ciel de Saint-Nazaire et de France. Découvrez ces images exclusives et inédites du Beluga XL en escale sur le site industriel d'Airbus Atlantic à Saint-Nazaire. Dans ce Portrait Renversant, plongez dans les coulisses de cet avion-cargo surprenant qui fait voyager à travers l'Europe des pièces des différents avions Airbus.



ERIC GUÉRIN
Un chef étoilé au cœur de la Brière

Pour ce Portrait Renversant, nous vous emmenons au cœur de la Brière à la rencontre d'Eric Guérin, un chef étoilé à la renommée internationale. Installé à la Mare aux Oiseaux depuis plusieurs années, il cuisine avec passion, talent et créativité des produits locaux et de saison. Dans ce portrait inédit, il raconte son parcours et sa créativité culinaire. Il nous parle également de la Mare aux Oiseaux, ce lieu d'exception où on vient se ressourcer, de ses équipes qu'il appelle ses piafs et de son amour inconditionnel pour la Brière...



« Je ne pouvais pas faire une Mare aux Oiseaux sans oiseaux. Quand je suis arrivé ici, le moment fort, ce n'était pas de venir monter un restaurant, c'était de venir vivre au milieu des oiseaux. »

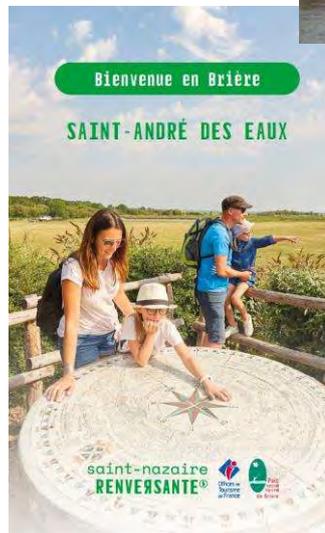
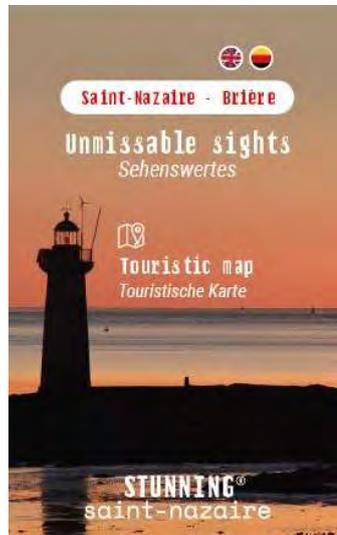
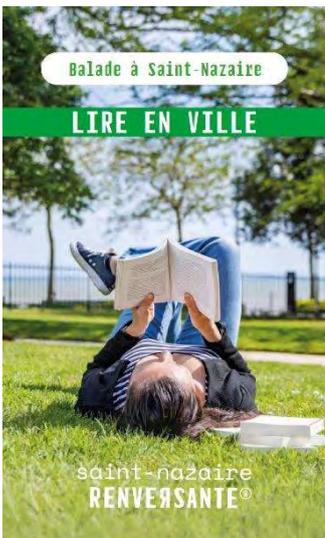
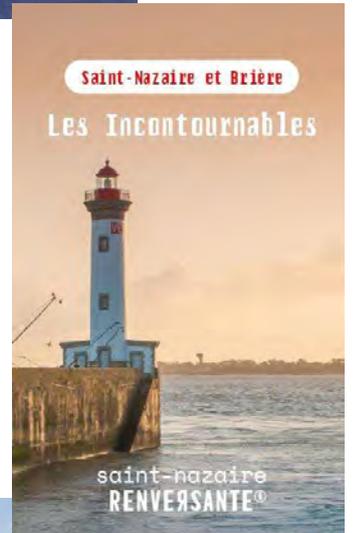
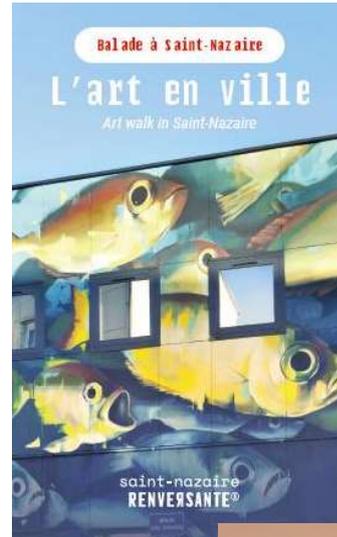
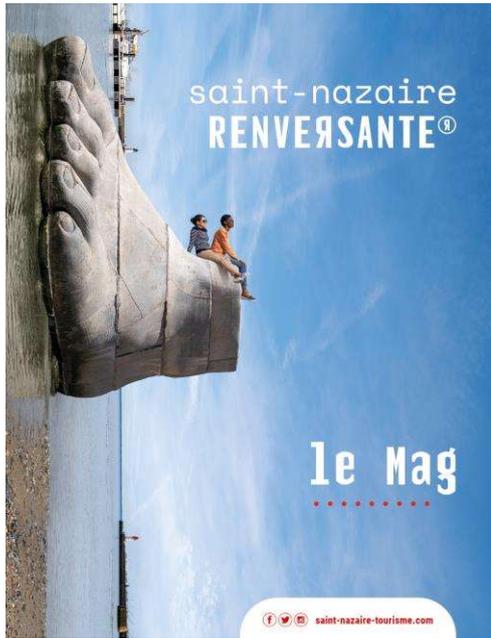
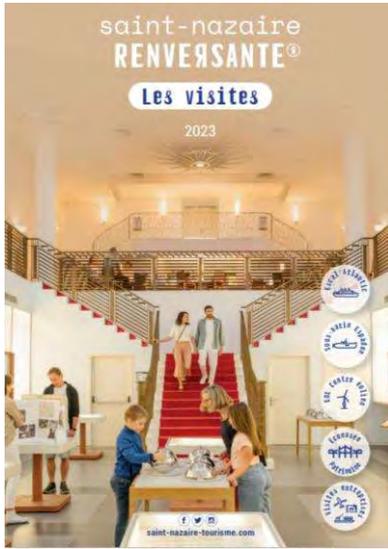


- **LA PUBLICITE EN LIGNE. Une stratégie offensive qui a permis d'adapter les campagnes publicitaires au jour le jour et en fonction du niveau de remplissage des visites et de communiquer en dehors des supports traditionnels.**
 - **Sur Facebook** : un budget investit de 19 500 €, un ciblage national, régional et local, pour promouvoir la destination et les visites, plus de 13 M de vues, plus de 83 000 clics et 4 200 commandes générées.
 - **Sur 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 8 730 000 impressions, 34 000 clics et 80 conversions. Les campagnes les plus performantes : les requêtes liées à ce qu'il y a à voir/à faire associé au nom des villes touristiques aux alentours, les croisières découvertes, les plages proches de Nantes.
- **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 40 000 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 97 000 €

L'année 2023 a de nouveau été une année de production soutenue. Les supports sont nombreux et variés. Les supports sont revus tous les ans, dans le fond et dans la forme, pour mieux répondre aux attentes des publics et les surprendre !

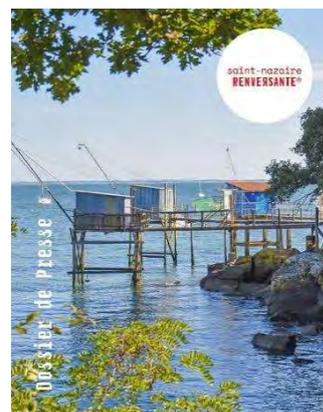
- **225 dossiers traités** sur l'ensemble de l'année (visites, patrimoine, destination, médiation, administratif, déploiement de la marque...).
- **Pour accompagner l'ensemble de nos missions** : la promotion, l'exploitation des sites de visite, la médiation, l'administratif.
- **Notamment :**
 - **Le guide des visites** - 340 000 ex.
 - **Le guide touristique de la destination en français** - 18 000 ex.
 - **Le plan des incontournables** - 15 000 ex.
 - **Le plan « L'art en ville »** - 2 500 ex.
 - **NOUVEAU – le dépliant « Lire en ville »** - 3 000 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...



>> La Presse

Concernant les relations avec la presse et les influenceurs, l'année 2023 a été une année record !

- **Dossiers et communiqués de presse :**
 - **3 dossiers de presse majeurs :** de la destination (annuel, en français et en anglais) et bilan de saison estivale.
 - **20 communiqués de presse :** que faire pendant les vacances, les pépites de Saint-Nazaire Renversante, le top 5 des activités à faire chaque semaine l'été...
- **9 conférences et points presse en 7 mois :**
 - Lancement du Guide Hachette – mardi 11 avril
 - Lancement de la Saison patrimoine – jeudi 13 avril
 - Patrimoines à la carte – mardi 23 mai
 - Parcours « Lire en ville » – jeudi 29 juin
 - Inauguration du Tiny-Office de Tourisme – mardi 4 juillet
 - Programmation de la saison estivale – mardi 11 juillet
 - Bilan de saison estivale - lundi 28 août
 - Présentation des Journées Européennes du Patrimoine avec les partenaires – lundi 11 septembre
 - Présentation de la nouvelle expo à l'Écomusée et vacances – lundi 16 octobre
- **30 accueils de presse/influenceurs (25 en 2022)**
9 nationalités : France, Pays-Bas, Belgique, Allemagne, Espagne, Italie, Tchéquie, Suisse, Chine
>> en partenariat avec Loire Atlantique Développement, Solutions & Co et Traversée moderne d'un vieux pays. UN RECORD !



1. CHALFFY CHAN - TMVP - MARS - CHINE - MB #OK
2. CHILOWE - TMVP - AVRIL - FRANCE - AG #OK
3. LANCEMENT GUIDE HACHETTE - SNAT+HACHETTE - AVRIL - FRANCE - MB #OK
4. WOLFRAM SCHNEIDER_WS ARTCONCEPT - SNAT - AVRIL - ALLEMAGNE - MB+AK
5. GREENSPIN - TMVP - AVRIL - PAYS BAS - MB #OK
6. RADIO VINCI AUTOROUTE - SNAT - AVRIL - FRANCE #OK
7. RADIO NACIONAL ESPANA - RADIO 5 - TMVP - AVRIL - ESPAGNE - MB
8. GILLES PUDLOWSKI - LAD - AVRIL - FRANCE - MB #OK
9. NATIONAL GEOGRAPHIC VIAGES - S&CO+CRT BRETAGNE - MAI - ESPAGNE - MB
10. TROTTEURS ADDICT - S&CO - MAI - FRANCE - OT #OK
11. GRANDS REPORTAGES - TMVP - MAI - FRANCE - MB #OK
12. ALGEMEEN DAGBLAT - TMVP - MAI - PAYS-BAS - REDAC+VISUEL - AG+MB #OK
13. DOVE + CARRIERE - LVAN - MAI - ITALIE - OT
14. VASCOS POR EL MUNDO - TMVP - MAI - ESPAGNE - MB #OK
15. ACCUEIL COLLECTIF - S&CO+ATOUTFRANCE - MAI - PAYS-BAS - MB #OK
16. ACCUEIL COLLECTIF - AF + TMVP - JUIN - TCHEQUIE - AG
17. LIBELLE - TMVP - JUIN - BELGIQUE - AG
18. RONALD KEUSCH - TMVP - JUIN - ALLEMAGNE - MB
19. LE BEAU VÉLO - TMVP - JUIN - BELGIQUE - MB #OK
20. PETRA SPARRER - S&CO - JUIN - ALLEMAGNE
21. CAMPING-CAR MAGAZINE - SNAT - JUILLET - FRANCE - MB
22. FEMME ACTUELLE - SNAT - JUILLET - FRANCE - MB
23. OpPAD - TMVP - JUIN - PAYS BAS - MB #OK
24. ANNULÉ GROUPE COLLECTIF SCANDINAVE - S&CO - SEPT
25. DETOURS EN FRANCE - S&CO+LAD - SEPT #1 - FRANCE - MB
26. DETOURS EN FRANCE - LAD - SEPT #2 - FRANCE - MB
27. EXCLUSIF - BELGIQUE - S&CO - OCTOBRE - MB
28. ACCUEIL ATLANTIKKUSTE + S&CO - OCTOBRE - MB
29. L'ÉCHAPPÉE - TMVP - OCTOBRE - FRANCE - MB
30. TAGSPLAT - LVAN - OCTOBRE - SUISSE - MB
31. TRAVEL MEDIA LVAN - OCTOBRE - UK - AG





■ **Retombées presse : environ 150 retombées presse majeures en 2023 :**

❖ **Dans la presse écrite**

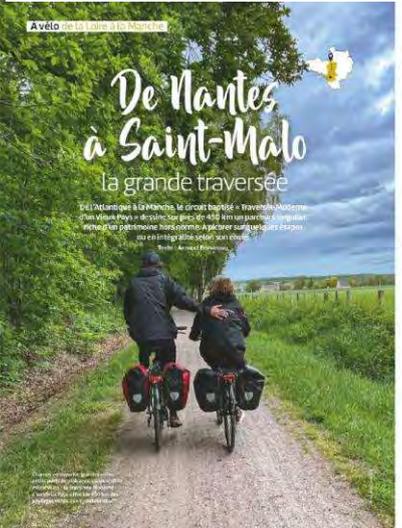
- Toujours bien relayé par la presse locale (Ouest France, Presse Océan, l'Echo de la Presqu'île)
- Des articles dans la presse nationale (Grands reportages, 20 minutes, Aujourd'hui en France, Le Point) et dans la presse internationale (L'avenir,) grâce à l'organisation d'un reportage ou d'un accueil presse

❖ **A la radio 🎵**

- Interviews réguliers avec Radio France Bleu Loire Océan :
 - la minute de l'office de tourisme, chaque vendredi, presque toute l'année, 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)
 - Chaque semaine, l'été, avec Radio France Bleu Loire Océan
- Interviews ponctuels : Europe 1, France Info, France Bleu Loire Océan + organisation d'un plateau d'été France Bleu Loire Océan, Kernews (agenda des sorties), NRJ (matinale, décrochage Saint-Nazaire), La Tribu

❖ **Sur le petit écran : passages télévision**

- TF1
- France 2 (National)
- France 3 (Journal régional)
- RTBF (télévision belge avec l'émission du Beau vélo de RAVEL)



- **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 blogueurs, 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 2023, 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).



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 de 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 Relai Territorial des Offices de Tourisme Pays de la Loire | Anjou – Loire-Atlantique – Mayenne – Sarthe – Vendée, présidé par Pierre SABOURAUD en qualité de Directeur de l'Office de Tourisme intercommunal de Saint-Nazaire. Les missions du Relai territorial sont 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.



2023 fut marquée par le congrès national au Puy du Fou les 26 et 27 septembre 2023. Ce congrès inscrit sous le thème de l'hybridation et des partenariats fut l'occasion de programmer l'intervention de deux des fleurons du transport international de la région : les Chantiers de l'Atlantique et AIRBUS. L'investissement des deux industriels nazairiens dans la transition énergétique étaient une opportunité d'évoquer l'innovation locale au service de l'industrie touristique. Adrien BENOIST, Chargé de la stratégie vélique pour Chantiers de l'Atlantique et Yves-Olivier LENORMAND, Responsable des Relations institutionnelles pour AIRBUS participaient à la table-ronde animée par Pierre SABOURAUD, membre du Conseil d'administration d'ADN Tourisme, sur les innovations du transport de demain.



- 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	2028
	Office de Tourisme intercommunal	2028
	Chantiers de l'Atlantique	2025
	EOL	2025

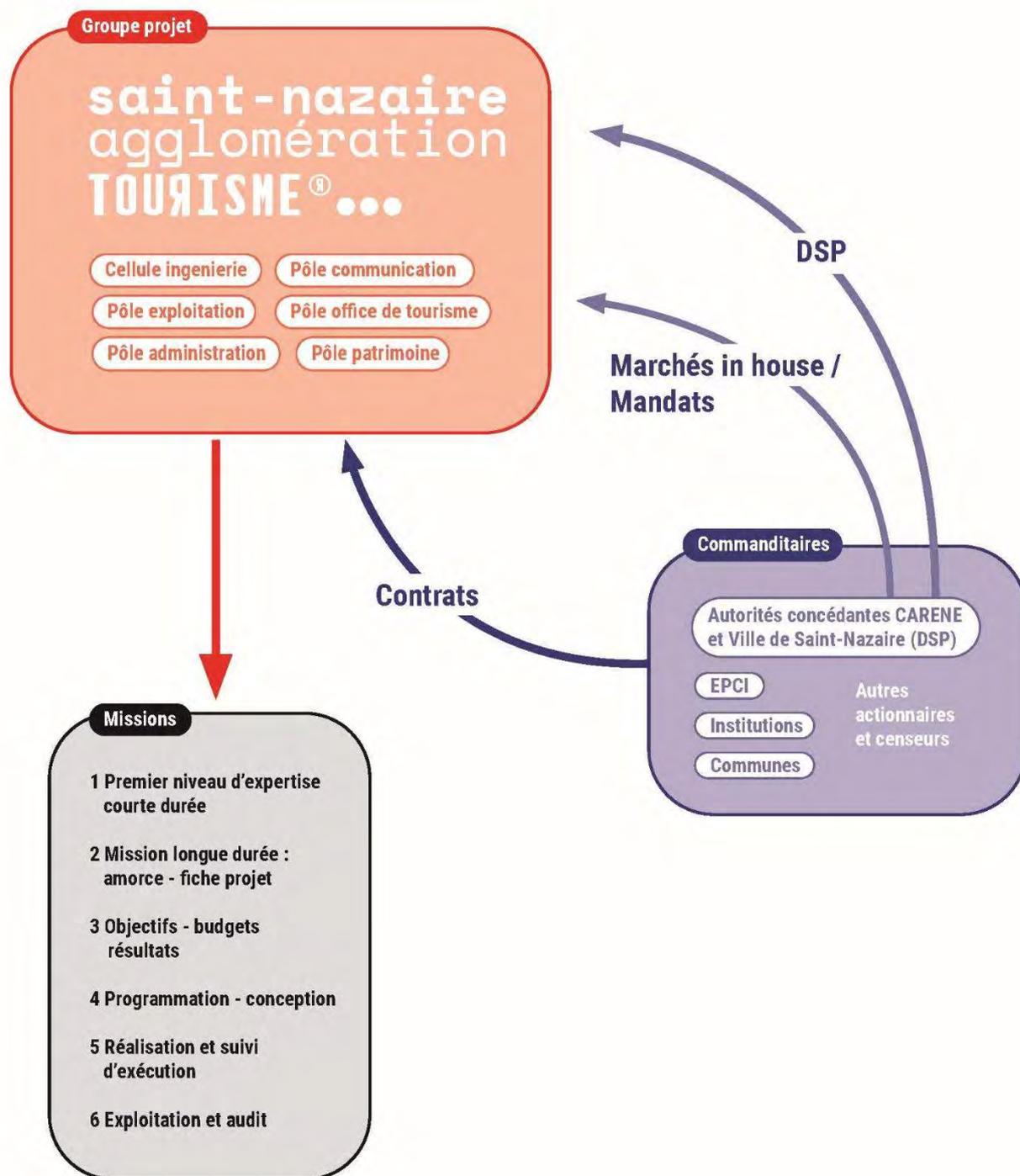
Les audits de renouvellement ont eu lieu en 2022 :

	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

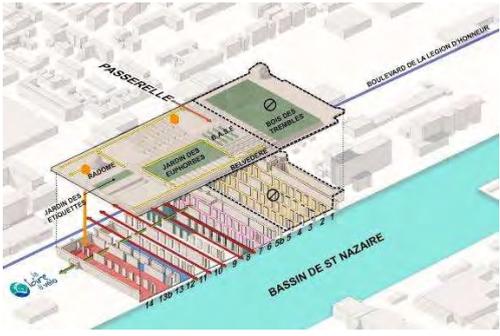


Pour les communes de la CARENE et les partenaires privés via contrat

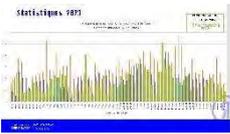
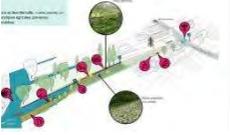
Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Mise en valeur du site des Forges à Trignac	Mission en 4 séquences concernant l'ensemble des facettes du site des Forges de Trignac (potentiel, bâti, environnement, consultation publique).	Définition de mission : septembre 2023. Lancement mission : Décembre 2023 Livraison : fin 2024.	
Etude sur les « Chemins de traverse » de la ville de Saint-Nazaire	Mise en place d'une étude transversale (mobilités douces) concernant l'usage et l'utilité des chemins de traverse sur Saint-Nazaire en lien avec le Groupe Qualité Mobilités douces	Définition périmètre mission : juin 2023. Atelier de travail interservices : novembre 2023. Livraison mission : septembre 2024	 

Pour la CARENE via mandats spécifiques

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Conception et réalisation d'une nouvelle signalétique pour l'ensemble fortifié de Saint-Nazaire	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.	Test prototype plan d'orientation : février 2023. Effacements des inscriptions extérieures sur la BSM : décembre 2023. Installation de la signalétique : début 2024.	 
Conception et réalisation d'un Tiny Office de tourisme	Création et réalisation d'un espace d'accueil innovant sur le site de la Chaussée Neuve à Saint-André-des-Eaux	Juillet 2022 : notification prestataire. Accompagnement réalisation et définition des contenus. Livraison : juillet 2023.	

<p>Coordination des aménagements du toit de la base sous-marine et mise en récit</p>	<p>Mission d'ajustement et de mise en récit des interventions du toit de la Base sous-marine.</p> <p>Intégration des études techniques de la SONADEV et suivi des différents projets.</p>	<p>Démarrage de mission : septembre 2023. Atelier avec les élus : janvier 2024. Livraison mission : 2026.</p>	
---	---	---	--

Dans la mission ingénierie de la Délégation de Service Publique

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
<p>Suivi et animation de la mise en tourisme sur le port de Rozé (Saint-Malo-de-Guersac)</p>	<p>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.</p>	<p>Suivi et mise en application de la charte des usages. Suivi et veille sur l'état du site. Suivi et programmation des animations</p>	
<p>Suivi de la mise en tourisme sur le site de Fédrun (Saint-Joachim)</p>	<p>Mission de mise en tourisme et de suivi de valorisation de l'île de Fédrun.</p>	<p>Accompagnement suspendu. Mission en attente de validation politique. Reprise en 2024.</p>	
<p>Mission Saisonnalité touristique</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>Une réunion consacrée à la préparation et au bilan de la saison touristique. Mission prolongée en 2024.</p>	
<p>Etude sur un schéma d'accueil pour une hospitalité maîtrisée des camping-cars sur le territoire de la CARENE</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 et de sa charte</p>	<p>Concertation avec les communes de la CARENE. Finalisation du schéma. Livraison : septembre 2023.</p>	
<p>Mise en place de la démarche RSE de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme</p>	<p>Copilotage de la démarche RSE de la structure impulsée en 2022.</p>	<p>3 Comités de pilotages 10 Comités techniques en 2023. Accompagnement et formation par cabinet extérieur. Livraison diagnostic : juin 2024.</p>	

<p>Conception et mise en œuvre d'un observatoire des indicateurs touristiques</p>	<p>Mise en place d'un observatoire permettant d'agréger différentes sources statistiques produites par la structure ou externes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Données logiciels métier (Secutix, Tourinsoft...) - Données Orange Flux Vision et Liwango - Indicateurs nationaux et locaux. 	<p>Lancement de mission en 2022 avec la définition des besoins. Juin 2023 : contractualisation de l'accompagnement « DIVA » avec Région Pays de la Loire Septembre 2023 : travail avec le laboratoire « Capacités » pour le développement. Mise en place pour juin 2024.</p>	 <p>The image shows the logo for DIVA (European Digital Innovation Hub) in the Pays de la Loire region. Below the logo is a screenshot of a data dashboard with various charts, including bar and line graphs, and some numerical indicators.</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 chantier des collections

Cette opération est essentielle pour la gestion des collections, leur traçabilité et la préparation du futur déménagement.

Définition et objectifs

Qu'est-ce qu'un chantier des collections ?

>> **Opération exceptionnelle** permettant de **traiter en masse un ensemble d'objets** dans un objectif défini (transfert de collections, création de nouvelles réserves, rénovation de musée,...)

>> Se traduit dans **une chaîne opératoire logique et organisée** au bénéfice des collections

- > assure la traçabilité des œuvres
- > permet de mieux connaître les collections
- > met en œuvre la conservation curative



Pourquoi un chantier des collections à l'Écomusée ?

- **Déménager** l'ensemble des collections > libération des lieux pour le projet Îlot Maritime
- **Élaborer le plan** de déménagement en respectant les conditions de conservation et de sûreté
- **Traiter** des collections en souffrance
- **Mettre à jour** l'inventaire et le récolement pour une meilleure connaissance des collections
- **Conditionner** les œuvres correctement pour leur futur déménagement

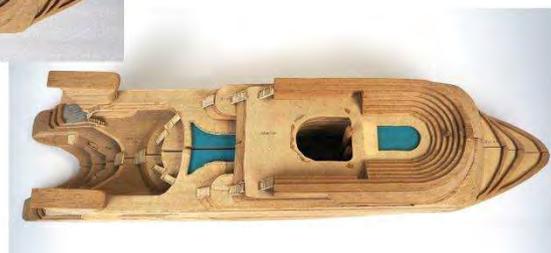


D'après les **pointages réalisés en 2022**, **38 866 items** conservés dans les actuelles réserves doivent être déménagés pour **juin 2026**, dont :

- 11 268 photographies et négatifs
- 12 889 plans d'architecture
- 3 000 plans sur calque

Inventaire,
récolement,
constats d'état,
prise de vue,
dépoussiérage et
traitement
de surface,
marquage,
conditionnement...

Avant / Après dépoussiérage et traitement de surface



Une des étapes obligatoire et fondamentale : le récolement

Qu'est-ce que le récolement ?

Opération obligatoire pour les Musées de France, à réaliser tous les 10 ans.

Consiste à vérifier :

- la présence des biens dans les collections,
- leur conformité avec les inventaires,
- leur localisation,
- leur état de conservation,

et assure leur traçabilité.

>> Opérations contrôlées et encadrées par le Service des Musées de France du ministère de la Culture.

Pour les collections de l'Écomusée de Saint-Nazaire :

- 9 089 items sont à récolement ;
 - Au 21 novembre 2023, 7 425 items ont été récolementés (dont 3 675 en 2023, grâce au chantier des collections)
- Soit 81 % du récolement achevé ;
Échéance : 31 décembre 2025.



	2021	2022	2023
NOMBRE D'ITEMS RÉCOLÉS	1 451	9	4 207
Objectif annuel	3 778	6 105	2 750
RÉSULTATS	- 61,6 % ✘	- 99,8 % ✘	+ 153 % ✔

L'année 2023 pour le pôle patrimoine : une année de structuration en vue des projets à porter dans les années à venir 2024 – 2029

- La construction du Centre de Conservation Muséale (CCM) – mutualisé PNR
>> livraison prévisionnelle 4e trimestre 2028
- Le chantier des collections
>> Phases 1 & 2 - juin 2026 // Phases 3 – fin 2028 / début 2029
- La réflexion sur le futur musée
>> Phase 1 l'ambition - 2024 - 2025
- Le renouvellement d'Escal'Atlantic
>> Phase initiale – 2026 – 2027

Avec des préalables à réaliser :

- Le projet scientifique, culturel et touristique de l'Écomusée (incluant le volet 1 Espadon déjà réalisé et Escal'Atlantic)
>> 1^{er} semestre 2024
- La constitution d'une pensée et d'une méthode pour poser les jalons du futur musée
>> Début 2024

5.1. Des professionnels au service des missions

Le pôle patrimoine a accueilli des collaborateurs en CDD pour le chantier des collections ou des remplacements. Il a aussi activement contribué à la formation de jeunes professionnels lors de stages longs. Deux CDI ont été recrutés en remplacement de départs.

Des nouvelles arrivées



Clémence GABANT

Chargée de gestion
des collections
CDD
Octobre 2022 – Avril 2024



Coline LETORT

Médiatrice référente
accueil et médiation
CDI
Février 2023

Clémentine MIALON

Documentaliste
CDI
Juillet 2023



Anaïs ORTIZ

Chargée de recherche
aéronautique
CDD
Octobre 2022 – Avril 2023



Assistante de conservation
pour l'inventaire
et le récolement des collections
CDD
Mai 2023 - Novembre 2024



Clémentine MARTIN

Chargée de valorisation
culturelle numérique
CDD – remplacement EB
Février – Octobre 2023

Maiwenn COUGOLIC

Assistante de conservation
pour l'inventaire
et le récolement des collections
CDD
Juillet 2023 – Janvier 2025



Former les professionnelles de demain

Rebecca MASSON

Documentation et bibliothèque
Stage en alternance
Octobre 2022 – Avril 2023

Capucine BOURRE

Projets culturels
Stage + CDD
Avril – Novembre 2023

Frédérique ROLLAND

Médiation culturelle
Stage
Mars – Août 2023



Manon ARNOUT

Projets culturels - communication
Stage
Novembre – Décembre 2023

Marie NEPLE

Médiation publics empêchés
Stage
Mars – Juin 2023

Agathe BRETEAUDEAU

Communication - événementiel
Stage
Mai – Juillet 2023



5.2. 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*



Au 31 décembre 2023, les collections de l'Écomusée de Saint-Nazaire comptent **13 034 items** à l'inventaire, dont :

- 7 392 sur le patrimoine des paquebots
- 5 289 sur la ville
- 353 sur le sous-marin *Espadon*

S'y ajoutent plus de 130 000 items en fonds patrimoniaux et collections d'étude.

Restauration, conservation curative et préventive

En 2023, le service de la conservation a engagé deux opérations de restauration/conservation curative et/ou préventive sur des œuvres.



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, des désordres peuvent être constatés sur les œuvres. C'est pourquoi cette surveillance régulière est primordiale : elle permet de prévenir des dégradations irréversibles. Le service a également pour rôle d'agir en amont, pour éviter ces dégradations. Il faut alors **consolider**, parfois même **traiter** avant même que l'œuvre ne soit endommagée : Ce principe est appelé **conservation préventive**.



Constats d'état et entretien des collections de l'exposition permanente de l'Écomusée

La restauration de maquettes

Suite au décrochage de l'ensemble des maquettes de soufflerie exposées dans la salle de l'Écomusée, il a été constaté que celles-ci étaient particulièrement encrassées et présentaient des dommages dus à leur exposition prolongée et particulièrement à un soclage inadapté. Une d'elles présentait des traces d'infestation active aux xylophages. Avant leur ré-accrochage à la fin de l'année, l'ensemble de ces maquettes a été restauré avec l'accord du Musée de l'Air et de l'Espace au Bourget qui consent à ce dépôt.

>> 8 maquettes de soufflerie d'hydravions, dépôt du Musée de l'Air et de l'Espace

> Du 26 au 30 juin 2023

> Dépoussiérage, nettoyage, consolidation structurelle du bois et reprise de la finition vernis

> Par Raphaëlle Simmonds et Morgann Fosse-Danglot (restauratrices mobilier et objets bois)



Fixage de l'extrémité d'une aile brisée

L'anoxie dynamique en action préventive et curative

Suite à la constatation de l'infestation par des xylophages de la maquette de soufflerie, il a été décidé de la traiter par anoxie dynamique. Selon un principe de conservation préventive, les autres maquettes ont toutes été traitées de la même manière, pour prévenir tout risque d'infestation.

À cette bulle ont été ajoutées un ensemble d'œuvres provenant de la réserve 2 où nombre de pièces sont contaminées. Cela permet d'éliminer tout risque de propagation de xylophage à Escal'Atlantic, les pièces devant y être exposées pour la nuit des musées



Qu'est-ce que l'anoxie ?

Une privation d'oxygène qui permet d'éliminer tous les insectes, qu'ils soient volants ou rampants. Les œuvres sont disposées dans une bulle totalement étanche, dans laquelle l'oxygène est supprimé. Cette bulle est conservée 3 semaines, pour correspondre au cycle de développement des insectes.

>> Ensemble de 11 œuvres + 66 plaques d'imprimerie

> Du 19 avril au 10 mai 2023

> Par Aurélie Fortin, société 3PA (Entomologiste spécialisée dans la préservation du patrimoine culturel)



Une des deux poches d'anoxie organisées dans la Salon du port afin de maintenir une température stable



Le sous-marin *Espadon*

>> mise en place d'un protocole de conservation préventive

Suite au chantier de conservation-restauration du sous-marin *Espadon* réalisé en 2021-2022, l'équipe de la conservation a mis en place des procédures de conservation et d'entretien de cette pièce de collection hors normes. **Une procédure de nettoyage régulier, intérieur et extérieur, dans le respect de la conservation de cet objet hors-norme** a été établie afin de transmettre les informations indispensables à la bonne préservation du sous-marin et d'appliquer une méthode efficace et efficiente pour l'ensemble de l'équipe.



Extrait du protocole de nettoyage du sous-marin *Espadon*

2. Déroulé de l'action

Le nettoyage du sous-marin se fait uniquement avec de l'eau et des brosses. [Ne pas utiliser de détergents ni d'autres produits nettoyants.](#)

L'action se déroule en 3 temps :

- Nettoyage du pont (partie sommitale) (à minima un binôme)
- Brossage des côtés émergés du sous-marin (un binôme dans le bateau pneumatique)
- Rincage au jet d'eau des côtés



****Branchement à l'arrivée d'eau****
Attendre que l'ensemble des éléments soient connectés avant d'ouvrir le robinet.

a. Nettoyage du pont (partie sommitale)



**** PRÉVENTION DU RISQUE ****
Cette zone est étroite. Elle comporte de multiples cavités et des éléments saillants pouvant provoquer des chutes. Le nettoyage rend par ailleurs la surface glissante. La présence des câbles électriques et du tuyau d'arrosage augmente le potentiel accidentogène de l'activité.

10/21

Mensuellement : veille des collections pour relever toute altération ou modification dans le parcours de visite. Un dépoussiérage et un nettoyage sont réalisés à cette occasion.

Annuellement : Une opération de nettoyage approfondi sur une semaine dédiée, lors de la fermeture des sites du mois de janvier.

D'autre part, la formation des équipes de l'écluse fortifiée et une sensibilisation à la veille des collections est réalisée chaque année. Ces échanges permettent à l'équipe de la conservation d'être alertée immédiatement de toute altération intervenue dans le sous-marin. Il est ainsi possible d'intervenir rapidement pour réparer un dommage, remettre en place un élément ou le sécuriser, le retirer si cela est nécessaire.



Opération de nettoyage mensuel dans le local échappements

Un formulaire de suivi a été mis en place, afin d'archiver les dommages constatés.



Préambule :

Ce formulaire est destiné à l'archivage des dommages, anomalies muséographiques signalés par l'équipe de l'écluse fortifiée.

Date du signalement :	7/08/2023	Noms des Agents :	Antoine Pouleau
Anomalie stipulée / contexte :	« Nous avons une dégradation présente dans le sous-marin, en effet la porte qui permet d'accéder à la pièce où se situent les couchettes des sous-officiers n'est plus fixée. » sans photographie. Un aller-voir a été réalisé le même jour. D'autres anomalies ont été repérées par le service collection.		

Espace et sous-espace	Visuel	Observations	Interventions
Carré des officiers – porte SAS		Bloquant de la porte démis et boîtier sur la paroi dévissé	Impossibilité de rebloquer la porte : le boîtier est désaxé. Blocage de la porte à l'aide d'un câble métallique serti.
Chambre des officiers - bannettes		Sur les bannettes du fond (renforcement) : - 1 cadenas manquant sur la bannette gauche – inférieure - 2 sécurisations manquantes sur la bannette droite – supérieure : cadenas + goupille et câble métallique	- 1 Cadenas ajouté sur la bannette gauche inférieure - 1 cadenas, goupille et serflex ajoutés sur la bannette droite supérieure



En 2023, une **vingtaine de notifications d'anomalies** ont été signalées par l'équipe de l'écluse fortifiée au service de la conservation. L'essentiel de ces désordres sont causés par les visiteurs. De façon récurrente :

- Vol d'éléments mobilier (boutons, poignées, téléphone) et d'éléments scénographiques (carte à jouer, cadenas),
- Portes d'armoire fragilisées par de multiples ouvertures,
- Mise à distance forcée, fragilisée,



La préservation du sous-marin Espadon à long terme

Installation de la protection cathodique par courant continu en lien avec le service technique

La protection cathodique du sous-marin a été mise en place par l'entreprise BAC (et l'entreprise Tetis pour l'installation subaquatique), du 4 au 8 décembre 2023, pilotée par le service technique. Elle permet d'opérer une protection anti-corrosion de la coque et des zones intérieures, en continuité électrique.

Le système est composé de :

- 3 transformateurs,
- 2 paires d'anodes,
- 1 électrode de référence en Zinc.

La période de polarisation du sous-marin (permettant d'ajuster les réglages) s'est étalée sur plusieurs semaines, entre l'installation et le 23 janvier 2024, soit 5 semaines après.

Les conclusions sont très positives : les potentiels sont stables et très homogènes sur l'ensemble de la coque.

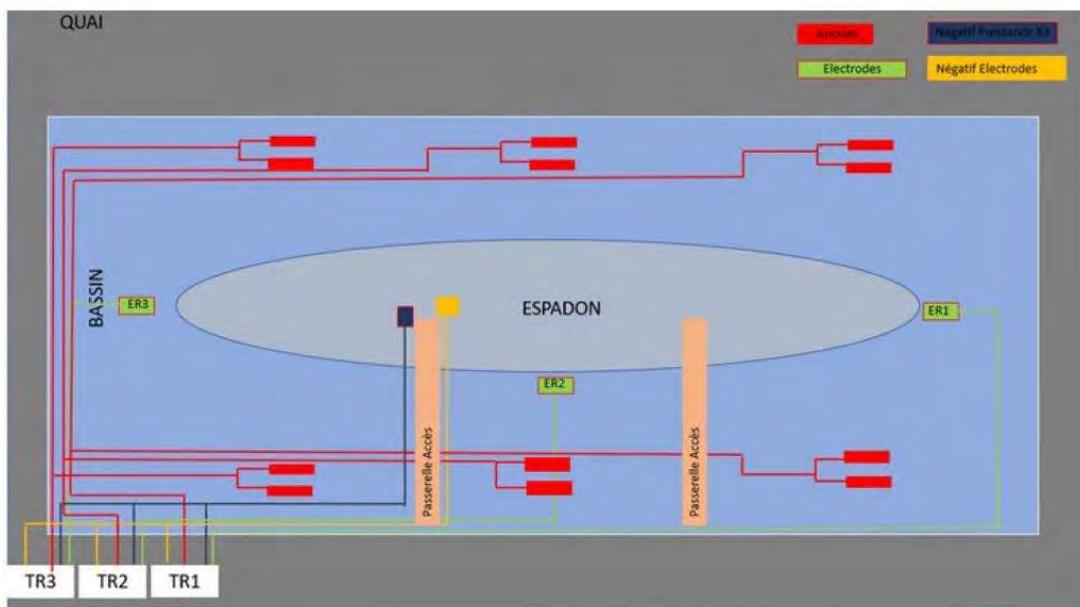


Schéma d'implantation des éléments de protection cathodique



Vue des anodes et de leur mise en place dans le bassin

Le renouvellement des dépôts d'œuvres

Un dépôt, c'est quoi ?

- ✓ Des œuvres qui n'appartiennent pas au musée, mais qui y sont conservées. Le déposant délègue au dépositaire la gestion de ces œuvres.

Pourquoi faire un dépôt ?

- ✓ Quand les œuvres peuvent être mieux valorisées dans une autre institution : cohérence thématique, thème abordé, exposition...

150 œuvres déposées à l'Écomusée de Saint-Nazaire par :

- ✓ d'autres musées,
- ✓ des associations,
- ✓ des entreprises,
- ✓ des services déconcentrés,
- ✓ des particuliers.

+ 834 œuvres du Musée des Arts Décoratifs de Paris.



Des dépôts renouvelés, rendus ou donnés

Un état des lieux en 2022...

- >> Des conventions qui ne sont pas à jour,
- >> Des dépôts qui n'ont plus de cohérence avec nos fonds,
- >> Des prêts de longue durée indûment considérés comme des dépôts,
- >> Des ayants-droits à retrouver,
- >> Des volontés de dons au musée.

...pour une mise à jour en 2023

- ✓ 2 dépôts **rendus** à leurs propriétaires,
- ✓ 4 dépôts **entrés définitivement en collections** (dons des déposants) + 1 en cours de don
- ✓ 2 conventions **renouvelées**
- ✓ 8 dossiers **en cours** de traitement,
- ✓ 2 **nouveaux dépôts** signés, avec la CCI et l'association Je me souviens.

Prêts d'œuvres

À la différence des années précédentes, aucun prêt d'œuvres n'a eu lieu dans le courant de l'année 2023. Plusieurs facteurs expliquent ce changement :

- la mise en place du chantier des collections,
- la préparation du déménagement des collections,
- le travail sur le futur CCM.

Au vu de l'implication du service collections dans ces projets, un moratoire a été décidé à la fin de l'année 2022.

Deux projets d'expositions importants ont cependant généré du travail pour leur phase préparatoire :

- **Paquebots 1913-1942. Une esthétique transatlantique**, au Musée d'Arts de Nantes, prévue pour le mois d'octobre 2024 (avec une itinérance au Muma du Havre en 2025).
- **Christofle**, au Musée des Arts Décoratifs de Paris, prévue pour le mois de novembre 2024.

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 ou de legs testamentaire.**

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.

Les acquisitions : quelques chiffres

Acquisitions collections

objets 3D et 2D, documents, photos, films...

- **41 achats, dont 20 en ventes publiques**
>>> 150 items
- **12 dons** >>> 158 items
- **63 inscriptions** à l'inventaire rétrospectif
>>> 124 items
- **176 items sur le thème paquebot** 
- **138 sur le thème ville** 
- **9 sur le thème sous-marin** 
- **48 sur le thème aéronautique** 

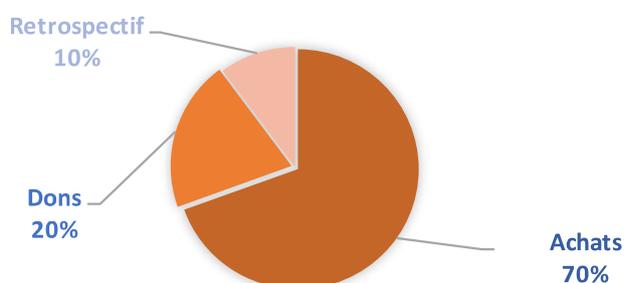
Acquisitions fonds patrimoniaux

photographies, plans, films, documents

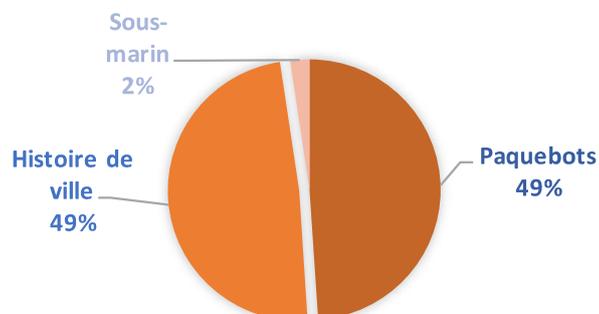
- **250 nouvelles acquisitions de documents iconographiques**
- 24 cartes postales,
- 126 tirages photographiques



TYPE D'ACQUISITIONS COLLECTIONS 2023



THEMES ACQUISITIONS COLLECTIONS 2023



Un marqueur important des acquisitions **depuis 2 ans**, et significativement en 2023, est **l'équilibre dans la répartition thématique entre le patrimoine des paquebots et l'histoire de ville**. Outre les différentes opportunités d'acquisitions, cette donnée montre l'effort constant apporté à l'enrichissement des collections sur l'histoire de Saint-Nazaire.

Typologies des acquisitions sur les 4 dernières années en nombre d'entrées



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



Gouache représentant un mousse de pont et un steward sur un paquebot – Bozz (dessinateur)
Collection SNAT - Écomusée



Buffet de service provenant du paquebot *La Lorraine* (1900) ou *La Savoie* (1901)
Collection SNAT - Écomusée



Raviers, dont un rare ravier casher, Cie Gie Transatlantique
Collection SNAT - Écomusée



Casier à ... de la Cie Gie Transatlantique
Collection ... comusée



Étude pour une proposition de décor pour la piscine 1^{re} classe du paquebot *Normandie* (1935) – Raoul Dufy (dessinateur)
Collection SNAT - Écomusée



- T 8041 - Le paquebot *Ile-de-France* (1949) lors de son arrivée à New York, le 27 juillet 1949. Photographie : inconnu.
- T 8047 - Maurice Chevalier à bord du paquebot *Ile-de-France* (1949) avant son arrivée à New-York, le 26 septembre 1955. Photographie : inconnu.

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



Estampe représentant un soldat sous la pluie –
Jean-Émile Laboureur (dessinateur)
Collection SNAT - Écomusée



Bouteille siphon publicitaire de l'établissement Hervo Jeune
Collection SNAT - Écomusée



Encrier publicitaire de l'établissement Hervo Jeune
Collection SNAT - Écomusée



Dessin représentant Saint-Nazaire en 1850, l'Église et la Jetée
Collection SNAT - Écomusée



Brassard nazi retrouvé sous un plancher de l'école Ernest Renan de Penhoët
Collection SNAT - Écomusée

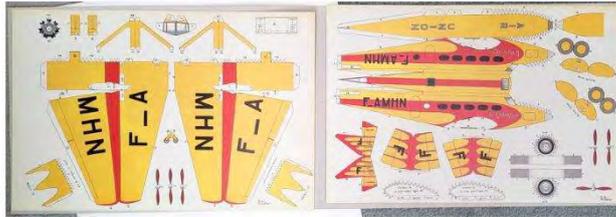


T 7999 : Défilé du carnaval des enfants avenue
Albert de Mun en 1960.
Photographe : inconnu. Collection SNAT - Écomusée.

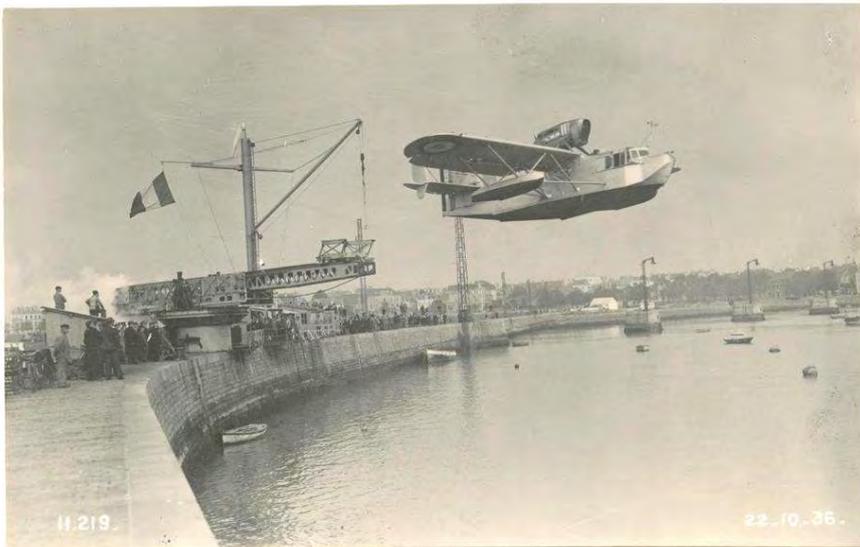


T 8029 : La Soucoupe en construction, le 11 avril 1966.
Photographe : inconnu. Collection SNAT - Écomusée.

Exemples d'acquisitions collections et fonds patrimoniaux – Focus aéronautique



- 2023.3.10 – Maquette représentant un Airbus A340. Fabricant : inconnu.
- 2023.3.12 – Maquette représentant un projet de poste d'assemblage des tronçons 11-14 et 15-21 d'un Airbus A380. Maquettiste : International Model.
- 2023.20.1 – Jeu de construction Ingénia représentant un avion type Wibault Penhoët. Fabricant : Pelican Blanc. Illustrateur : Émile-André SCHEFER.
- 2023.7.1 – Brochure des Chantiers Aéronautiques Wibault Penhoët, présentant l'avion éponyme. Imprimeur : L. Guerret & H. Mauge.

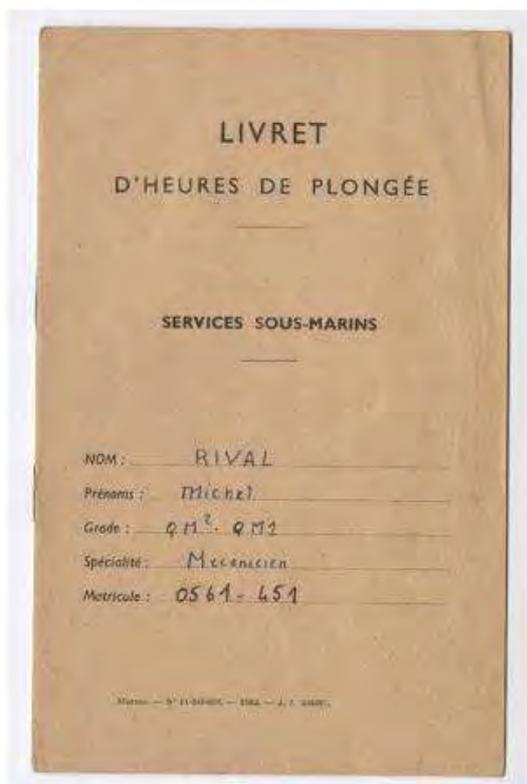


T 7299 : Catapultage de l'hydravion Loire 130 depuis l'entrée sud du port lors d'essais par Loire-Nieuport le 22 octobre 1936. Photographie : inconnu. Collection SNAT- Écomusée.

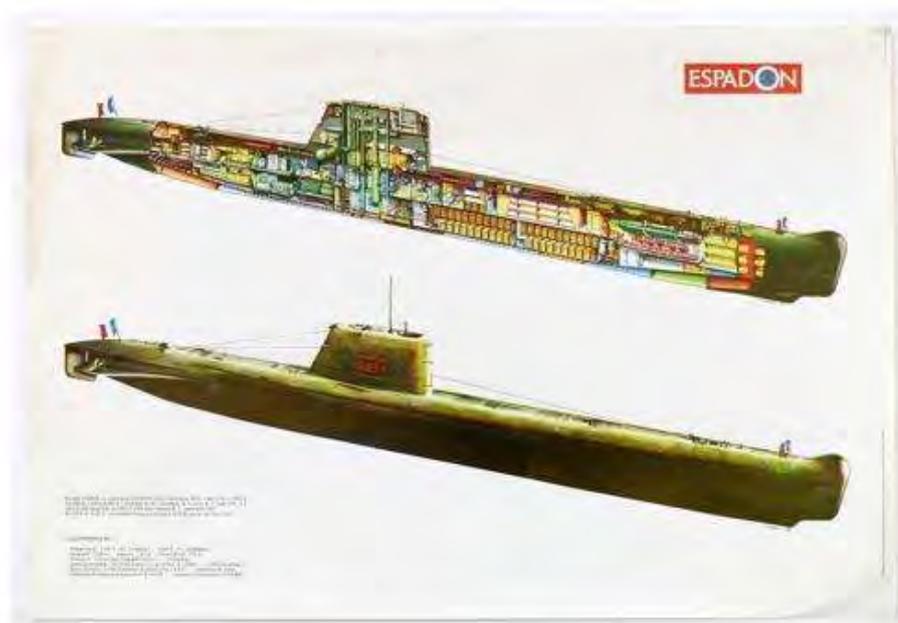


T 7300 : Atelier d'assemblage de la partie inférieure du tronçon 15/21 de l'A300B dans les ateliers de Saint-Nazaire. Photographie : Aérospatiale. Collection SNAT - Écomusée.

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



Livret d'heures de plongée de Michel Rival sur le sous-marin *Espadon*
Collection SNAT - Écomusée



Affiche représentant le sous-marin *Espadon* en coupe
Collection SNAT - Écomusée

La recherche attachée aux collections

Pour préparer les deux fils rouges de l'année, « la table à bord des paquebots » et « L'épopée aéronautique à Saint-Nazaire », des recherches ont dû être menées.

1- « La table à bord des paquebots »

- Recensement exhaustif de plus de 600 menus de paquebots des collections de l'Écomusée. Un outil de travail a été créé, pour une meilleure approche de cette collection de menus, à travers les spécificités des illustrations, des contenus, des artistes, etc. Ce travail permet également de mieux visualiser l'existant et les besoins dans la cadre de la veille prospective des acquisitions.

- Recensement des menus de paquebots contenant des accords mets/vins (38 accords mets/vins recensés).

2- « L'épopée aéronautique à Saint-Nazaire »

- Enquête de publics qualitative sur les représentations de l'aéronautique à Saint-Nazaire

- Recensement exhaustif des collections et fonds en lien avec la thématique

- >> déterminer quels sujets étaient abordables à travers les œuvres ;

- >> déterminer quels sujets nécessitaient une veille prospective : dans ce cadre, plusieurs acquisitions ont été réalisées dans la première moitié de l'année. Ce recensement est utile au-delà du seul projet.

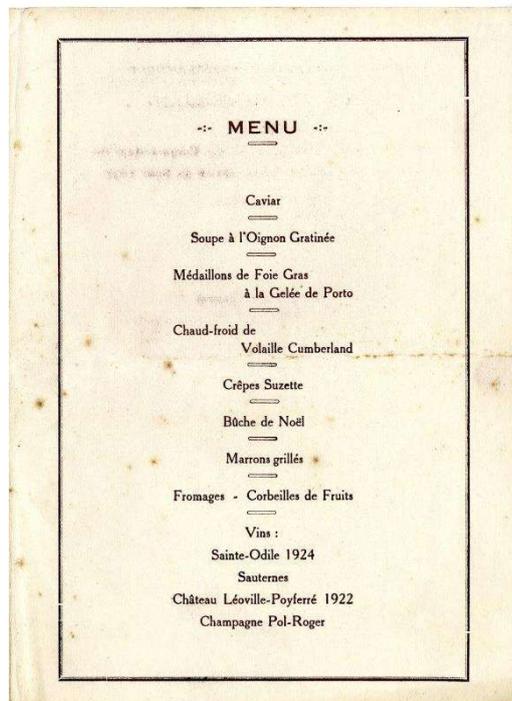
- >> déterminer des angles de recherche et d'étude.

Plusieurs objets recensés ont servi de support pour l'écriture et la réalisation du film d'animation.

- Production d'une synthèse sur l'histoire aéronautique

- Chronologies

Les dossiers d'œuvre ont été enrichis de 135 articles de presse contemporains des thèmes.



Menu de dîner de réveillon de Noël du paquebot Lafayette (1915), présentant un accord mets/vins [2018.47.1].- Collection SNAT-Écomusée.



Ce travail de recherche et de documentation approfondi a été l'occasion de développer les connaissances sur les œuvres et sur l'histoire de l'aéronautique, et de répondre, par là-même aux missions d'un musée de France : contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche, ainsi qu'à leur diffusion et rendre les collections accessibles au public le plus large.

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** : 37 objets sortis des réserves / 24 sessions différentes sur les sujets suivants : Première Guerre mondiale, Deuxième Guerre mondiale, Mon ami le vent (PEAC), A la table des paquebots, Je vis dans les années 1950, Patrimoine familial – patrimoine du musée.

S'y ajoute le partenariat avec le BTS Construction navale de Saint-Nazaire. Dans le cadre de leur projet d'étude, les étudiants ont réalisé une maquette du sous-marin Espadon de 3,20 mètres, à des fins pédagogiques pour démontrer le système de plongée du sous-marin. Le service de la conservation a été associé très tôt à cette création, menée avec la collaboration d'anciens sous-marins de l'association AGASM.



- **Saison patrimoine : focus table et gastronomie à bord des paquebots (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,
 - Nuit des musées,
 - Conférences co-réalisées avec Jean-Baptiste Schneider, docteur en histoire contemporaine, université Le Havre Normandie, sur les menus de paquebots, sur les cuisines et les cuisiniers à bord, sur l'histoire du monogramme dans les arts de la table et les arts décoratifs, et les aménagements des espaces de restauration à bord des paquebot transatlantiques.



5.3 La documentation au service des productions

L'année 2023 est marquée par une nouvelle organisation au sein du Centre de Ressources et de Documentation afin d'assurer au mieux les missions et projets et anticiper le départ à la retraite de Thérèse DUMONT, prévu en juin 2024. Agathe BODIN gère désormais le service de la documentation, sous le titre Chargée des fonds patrimoniaux et de la documentation. Un poste de documentaliste en contrat à durée indéterminé a été pourvu le 03/07/2023 par Clémentine MIALON.

Rébecca MASSON, étudiante en deuxième année de licences métiers du livre et documentation, a effectué un stage en alternance du 03/10/2022 au 08/04/2023 avec pour mission principale la gestion physique et intellectuelle d'un fonds iconographique composé de plus de 3 400 items.

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 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

386 nouvelles références bibliographiques				
	222 articles	78 monographies	63 titres de périodique	23 fichiers numériques

En comparaison en 2022, 511 références bibliographiques ont été créées.

Iconographie et autres documents fonds patrimoniaux

150 nouvelles acquisitions de documents



24 cartes postales



126 tirages photographiques

Numérisations internes

En 2023, **1 909 scans** de documents iconographiques ont été réalisés en interne avec le scanner professionnel (hors objets en collection).

En comparaison en 2022 : **832 scans** de documents iconographiques réalisés en interne (hors collection).

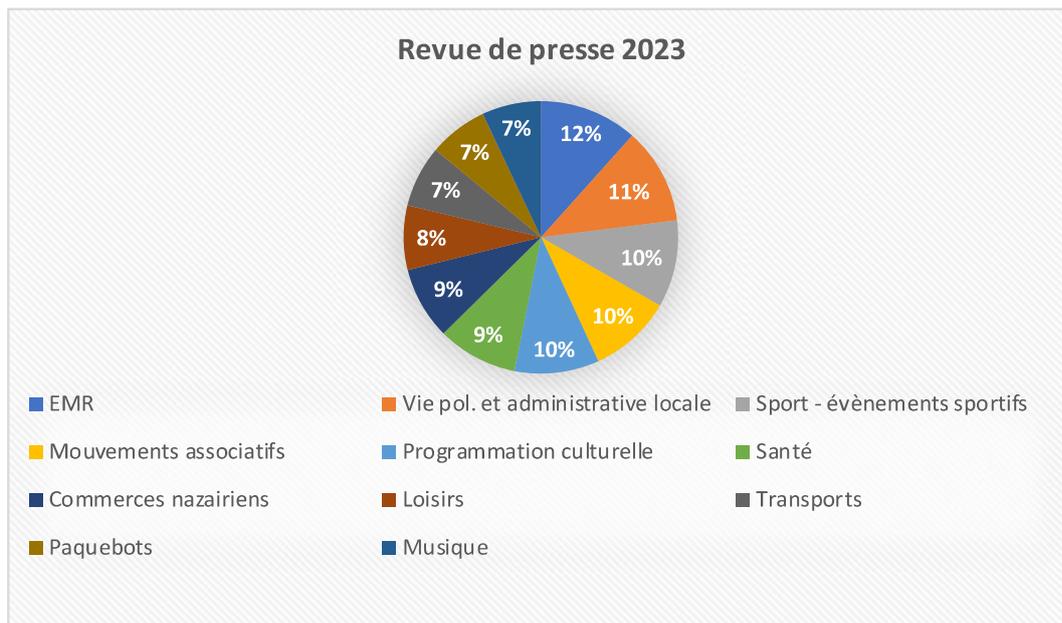
Numérisations externes

Pour nos usages internes (portail des collections, communication, site internet etc.) et externes (fournitures de photographies, expositions etc.), campagnes réalisées par des professionnels.

>> Numérisation de **36 items au total**

Revue de presse professionnelle

En 2023, en raison d'une charge de travail trop importante et d'un problème d'accès aux contenus documentaires du portail SNAPI, la revue de presse n'a pas été transmise aux collaborateurs de SNAT.



Gestion du droit d'auteurs du fonds photographique

En 2022, par manque de temps aucun contrat n'a été finalisé.

Renseignement des fonds inconnus

Un important travail de recherches de données et de renseignements des fonds a été réalisé. En effet pour de nombreuses photographies, aucune information de provenance et/ou de droit d'utilisation des images n'étaient connues.

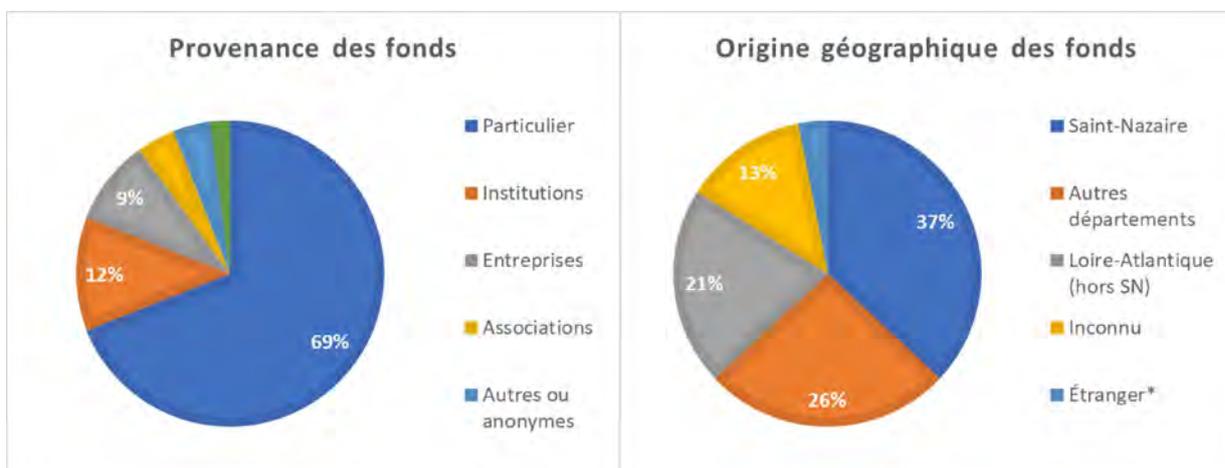
Process

Sur plus de 6 000 photographies sans aucune mention de collection (origines et provenances) en septembre 2022, il n'en reste plus que **316 photographies non renseignées** au 02/01/2024. Celles-ci sont essentiellement des reproductions de photographies du tout début de l'existence de l'Écomusée en 1983 et sont de qualité technique médiocre.

Sur l'entièreté du fonds, cela représente désormais **seulement 0.46 % de photographies sans mention de collection contre plus de 9 % en 2022**. Ces recherches ont également permis de retrouver l'origine de **certains biens en collections**.

Origine et provenance des fonds

Statistiques sur 1 842 entrées au 02/01/2024



* Allemagne ; Australie ; Autriche ; Belgique ; Canada ; États-Unis ; Pays Bas ; Royaume Uni ; Suisse

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

Demandes externes

- 102 demandes de janvier à décembre (2022 = 85)
- 47 contrats établis pour 427 fichiers fournis (46 contrats / 365 fichiers fournis en 2022)
- Participation / collaboration à plusieurs projets éditoriaux, principalement sur la thématique des paquebots
- Les thématiques les plus demandées en recherche/ iconographie en 2023 :



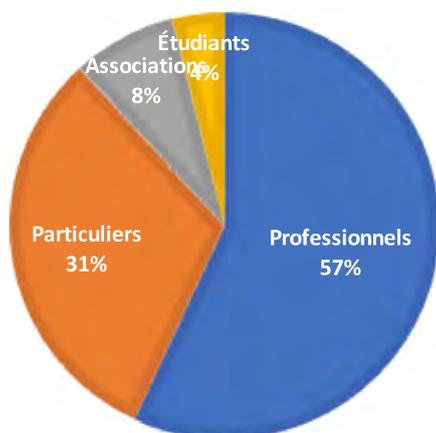
- 1) Paquebot / Chantiers navals
- 2) Urbanisme / bâtiment
- 3) Aéronautique



Wattel Jean-Jacques, Ateliers Jean Perzel, Paris : Ed. Lougg victoires, 2023.

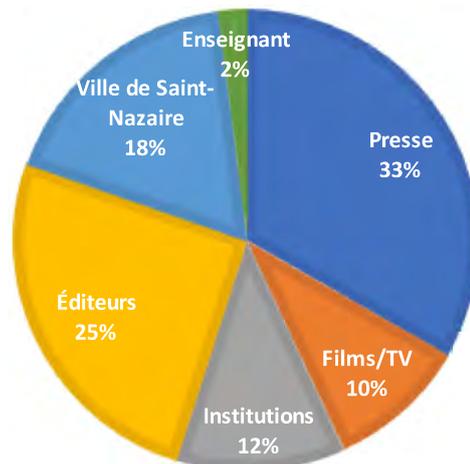
Typologie des usagers externes 2023

■ Professionnels ■ Particuliers ■ Associations ■ Étudiants



Répartition des professionnels 2023

■ Presse ■ Films/TV ■ Institutions
■ Éditeurs ■ Ville de Saint-Nazaire ■ Enseignant



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.

Projets spécifiques

Exposition Saint-Nazaire Transitions XXL

- Réunion de travail avec la responsable du pôle patrimoine et la muséographe
- Fourniture de documents et propositions iconographiques
- Relectures et corrections
- Temps de travail in situ avec l'équipe projet pour la validation finale des visuels
- Rédaction et transmission du contrat de fournitures iconographiques
- Sélection spécifique pour la communication sur le projet



Fonds vidéos des Chantiers de l'Atlantique

En 2023, à la demande des Chantiers de l'Atlantique pour la réalisation d'un documentaire, nous travaillons en collaboration avec la société de production Sundeck Films. Le rôle du Centre de Ressources et de Documentation consiste à la sélection et numérisation d'un grand nombre de vidéos pour le travail de montage préparatoire.

Ce travail se poursuivra en 2024.

Partenariat avec le Musée d'Arts de Nantes

Dans le cadre de la création de l'exposition *Paquebots 1913-1942. Une esthétique transatlantique* par le Musée d'Arts de Nantes,

- proposition de documents iconographiques pour l'exposition,
- numérisation,
- constats d'état pour le prêt,
- contrat pour l'utilisation des photographies et visuels des biens en collection.

Ce travail se poursuivra en 2024.

5.4 Les arriérés : un travail de reprise stoppé

Parallèlement au travail quotidien de saisie et de mise à jour, un planning de 10 semaines de traitement des arriérés a été mis en place en 2018 en collaboration avec les équipes des collections et du centre de documentation.

Depuis 2021, la charge de travail des équipes impliquées ne permet plus de mener à bien cette mission. Non-prioritaires, les 10 semaines ont donc été annulées pour la troisième année consécutive.

Le seul objectif réalisé en deux ans est le numéro 3.

OBJECTIF 3 : Rangement des contrats de la photothèque

(DOC) Continuer le classement des contrats d'acquisition et de prêts pour numérisation.

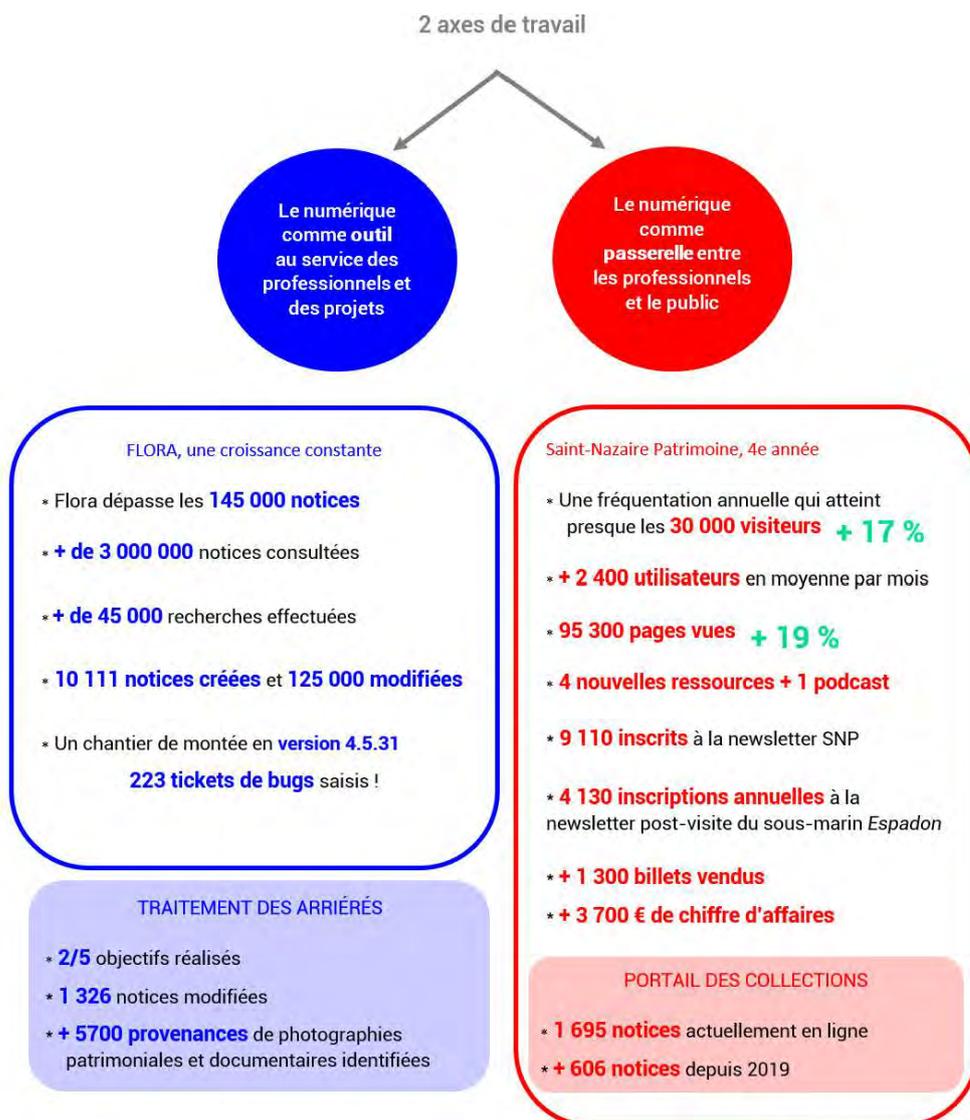
RÉSULTAT : OBJECTIF RÉALISÉ. Le classement de cette mission comme prioritaire pour Thérèse Dumont avant son départ en retraite, a permis de remplir cet objectif en attente depuis 2019 (arrêt maladie prolongé, puis mi-temps thérapeutique puis travail à temps partiel).

Après trois années d'arrêt quasi-total, une phase de réflexion doit être engagée sur la pérennité de cette opération et sur les moyens à y allouer pour qu'elle le soit. Les résultats obtenus les premières années avaient très positivement impactés les équipes et Flora.

5.5 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 aux fonds.**

Il est aussi un **outil de médiation et 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.



Une année particulière pour ce secteur et pour les données

- La chargée de projets culturels numériques et administratrice des bases de données a été remplacée par Clémentine MARTIN du 3 mars au 29 septembre pendant son congé maternité.
- Le très important chantier de montée en version de Flora 4.5.31 s'est étendu sur une dizaine de mois après la date initiale de fin de projet.
Ce projet, complexe et aux enjeux lourds de conséquences sur le quotidien des équipes du pôle, a été repris par Clémentine Martin avec quelques difficultés tout à fait légitimes.
L'éditeur ne parvenant pas à résoudre la totalité des bugs rencontrés, il a été acté de poursuivre la montée en version vers la version supérieure (4.5.48).
- Google a profondément modifié son outil d'analyse de statistiques web avec le passage d'Universal Analytics à Google Analytics 4.



Rappel : les statistiques d'Analytics ne sont jamais une vision réelle de la fréquentation d'un site web. Les choix des utilisateurs pour les cookies liés au collectage de leurs données conditionnent les statistiques comptabilisées.

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 :

141 579 notices dans les six tables documentaires FLORA Musées
2022 : 135 352 notices

148 473 notices dans l'ensemble des tables FLORA Musées
2022 : 141 844 notices

Incidence du chantier des collections

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

10 111 notices créées et 124 805 notices modifiées

Montée en version 4.5.31 puis V4.5.48

D'octobre 2022 à octobre 2023 s'est déroulé un chantier de montée en version de FLORA Musées de la V3.5.0 à la V4.5.31. 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 Condition Report (indépendante) et FLORA Musées. Cette avancée est censée faciliter le chantier des collections de la réserve 1 démarré au printemps 2023.

Le projet s'est étendu bien au-delà du délai annoncé (décembre 2022, puis janvier 2023).

En cause : une équipe Decalog dépassée par le nombre de projets à son actif dont ont résulté des montées en version incomplètes et de mauvaise qualité. L'entreprise a également fait l'expérience d'importantes difficultés pour rendre fonctionnels les liens avec le portail des collections et Horus Condition Report.

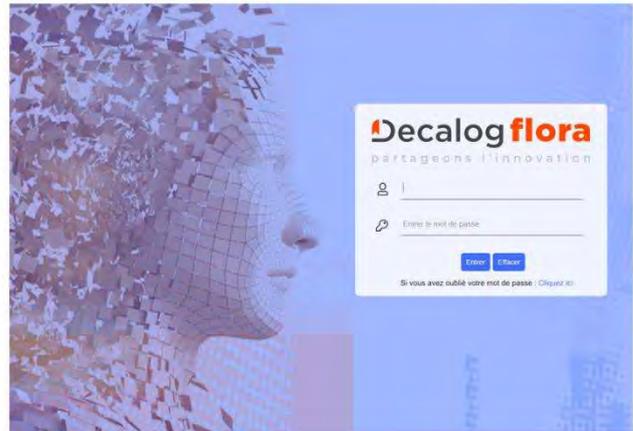
Flora, système de gestion des collections et des fonds patrimoniaux

Une migration lourde et minutieuse...

Passage de la V3.5.10 à la V4.5.31 à la V4.5.48

- Plus de **140 000 notices** à migrer
- Sur **6 bases de données** différentes
- Et **2 modules professionnels** (récolement et mouvements d'œuvres)
- En lien avec **une application professionnelle** (Horus)

> **222 tickets créés** en un an !



Devant l'incapacité de Decalog à résoudre certains bugs et notamment les difficultés rencontrées avec Horus Condition Report, point crucial pour le chantier des collections, il a été acté de migrer en 4.5.48. Cette version intermédiaire étant censé résoudre les principaux bugs non résolus. Cette nouvelle montée en version, non prévue dans le projet initial, cause une forte densification de la charge de travail de la chargée de projets culturels numériques. Le recettage va donc devoir s'étaler sur le premier trimestre 2024 pour être absorbé.

Un site de médiation web saint-nazaire-musees.com en progression !

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 évolutif de médiation à distance**.

Valoriser le patrimoine

En ligne saint-nazaire-musees.com

Une fréquentation qui continue de grimper !



29 342
internaute

+ 18 %



95 301
pages consultées

+ 19 %



Les JEP, un événement
au succès numérique

(semaine)

5 136 internautes + 10 %

11 880 pages consultées + 22 %



Soit 2 445
internautes
par mois

+ 18 %



2,43 pages
consultées par
session

=



03 : 02

Temps moyen passé sur le site

+ 1 826
inscriptions 2023
9 110
inscrits



43,30 %
taux d'ouverture
5,8 %
taux de clics

0,7 %
taux de désinscription
4 426 € de C.A.
taux de clics



Nouveautés 2023

7 articles

4 ressources

+

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

+

+ 606 notices sur le portail depuis 2019
= 1695 notices en ligne

Maquette des halles de Saint-Nazaire

1. Étude d'opportunités
2. Étude de faisabilité
3. Étude de programmation
4. Étude de conception
5. Étude de construction

6. Étude de construction
7. Étude de construction

8. Étude de construction
9. Étude de construction

10. Étude de construction
11. Étude de construction

12. Étude de construction
13. Étude de construction

14. Étude de construction
15. Étude de construction

16. Étude de construction
17. Étude de construction

18. Étude de construction
19. Étude de construction

20. Étude de construction
21. Étude de construction

22. Étude de construction
23. Étude de construction

24. Étude de construction
25. Étude de construction

26. Étude de construction
27. Étude de construction

28. Étude de construction
29. Étude de construction

30. Étude de construction
31. Étude de construction

32. Étude de construction
33. Étude de construction

34. Étude de construction
35. Étude de construction

Boîte mail « Contact Patrimoine »

Le site est aussi une porte d'entrée spécifique sur les questions patrimoine pour les particuliers, les chercheurs, la presse...



79 mails traités
(Hors spams)
58 mails traités en 2021

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

En bref :

- une programmation **d'avril** jusqu'à la fin des vacances de Noël ;
- deux **files rouges**, la table à bord des paquebots et l'aéronautique à Saint-Nazaire, 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.

Valoriser le patrimoine

La Saison patrimoine

Une fréquentation en hausse (+ 19%) :

23 201 participants en 2023 (19 452 en 2022, 13 222 en 2021)

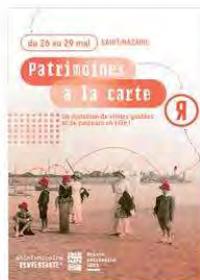
Portée par :

- Très bonne saison estivale et excellentes ailes de saison
- Toujours une grande diversité et élargissement de l'offre pour mieux cibler les publics



80 actions différentes
de mars à décembre

34 propositions famille
de 4 ans aux ados
avec une offre de mieux en mieux connue

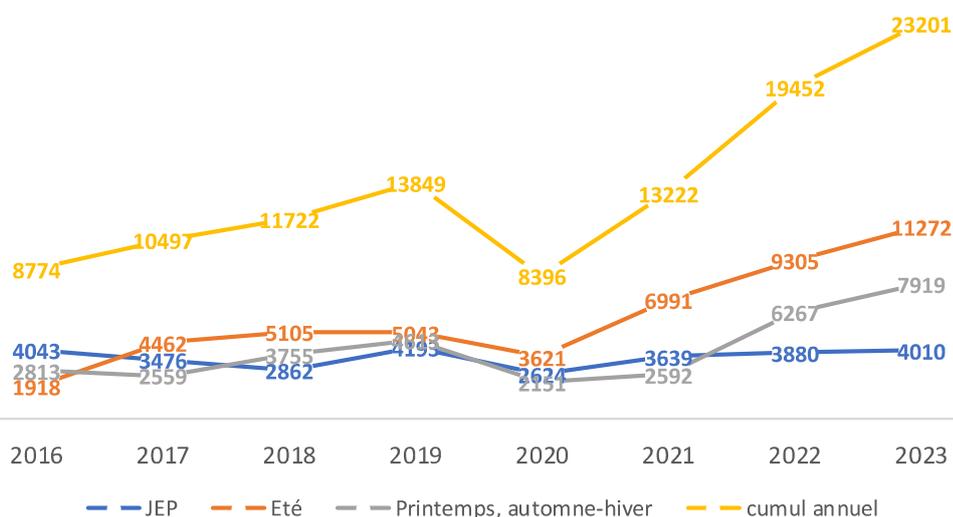


>> Évolution contenus / usage
2 brochures programmation
2 brochures actions spécifiques
du printemps à Noël



Un record de fréquentation depuis la mise en place de la programmation, porté notamment par une **très bonne saison estivale** et une excellente fréquentation au printemps.

EVOLUTION 2016-2023 DE LA FRÉQUENTATION DE LA SAISON PATRIMOINE, EN FONCTION DE LA SAISONNALITÉ



La programmation affirme ses deux piliers :

- la dimension culturelle, par l'ouverture sur des sujets multiples, le partage de savoirs et de réflexion, les portes sur l'imaginaire,
- la sensibilisation aux patrimoines nazairiens par une offre de visites – découvertes large et plurielle.

La recherche de formes artistiques et de médiation, particulièrement les médiations participatives et sensibles permettent de toucher de nouveaux publics.

Les actions à destination des familles restent un point fort de nos actions et font du service des publics une référence en ce domaine très spécialisé, par l'exigence, la novation et la qualité des propositions.

La Saison patrimoine en images



Printemps | 3 513 visiteurs (+ 44%)

- Programmation « les dimanches au musée »
- Ateliers et formes pour les familles
- Formes courtes « coups de projecteur » et visites-flash
- Parcours autonomes
- Nuit des musées
- Pérennisation Weekend « Patrimoines à la carte » fin mai – Pentecôte >> 400 participants



La Saison patrimoine en images



Été | 11 272 visiteurs

> Nouveau record de fréquentation

+ 22 %

Essentiellement des parcours aux formes diverses :

- Formats courts
- Randonnées urbaines
- Croisières
- Formes famille
- Parcours autonomes



La Saison patrimoine en images

Journées Européennes du Patrimoine | 4 010 visiteurs

Thématiques :

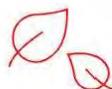
Les années 1950 // L'aéronautique à Saint-Nazaire a 100 ans !



- Visites commentées, visites-flash
- Rencontres, conférence
- Partenariat avec Airbus Atlantic et association « Je me souviens »
- Jeux, ateliers pour les familles



La Saison patrimoine en images



Automne - Hiver | 2 917 visiteurs
(chiffres fin novembre)



- Vacances de la Toussaint
- **Weekend « Traversée en famille »**
- Causeries- dégustation
- Spectacle de théâtre
- Vacances de Noël



Focus « Traversée en famille »



à Escal'Atlantic et à l'Écomusée

Les 11 et 12 novembre | 835 visiteurs

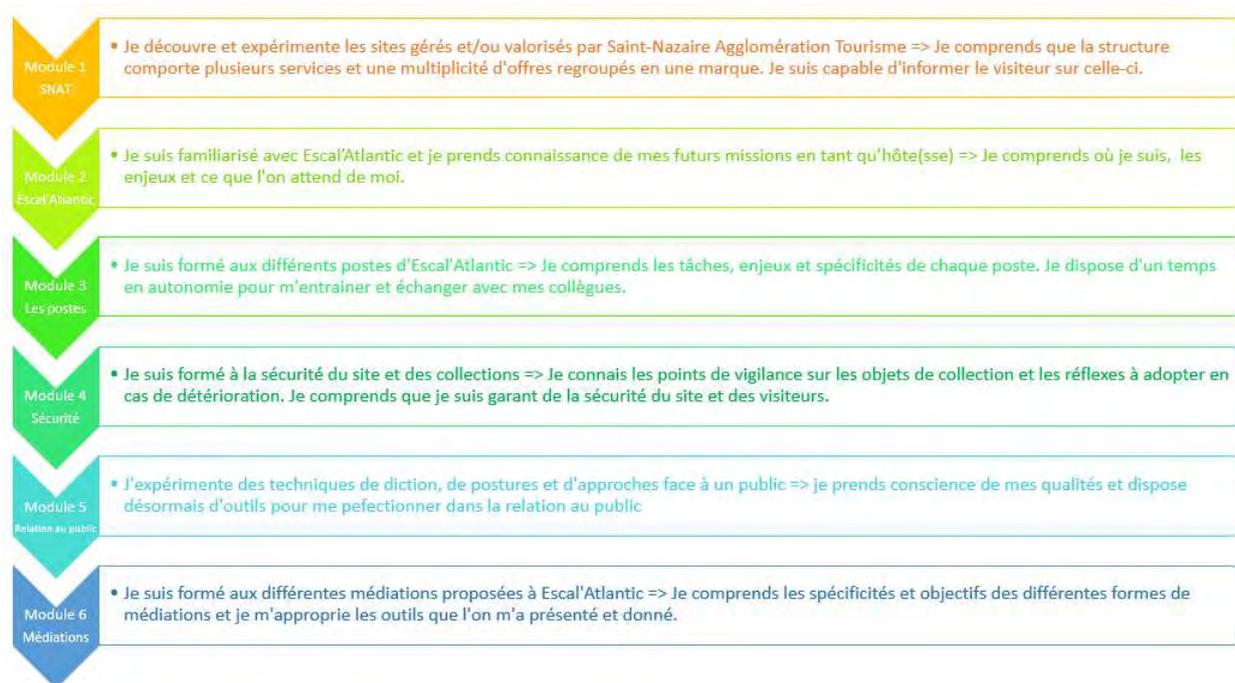
2 spectacles – créations originales pour Escal'Atlantic, atelier, livret-jeu en autonomie, visites-flash...



Livret – jeu autonome « Le chef Renard en cavale » // Atelier « Le grand restaurant à bord, à vos décors » // Spectacle musical « La mer en musique » // Atelier Marionnettes // Kamishibai « Jean le groom aux 45 boutons »

5.7 La formation et l'accompagnement des équipes de médiation

La formation des saisonniers est construite selon une logique de progression pédagogique.



En 2023, plusieurs sessions ont été coordonnées et assurées par le service des publics. Ces temps de formation sont destinés à l'intégration des saisonniers en lien avec les personnels permanents à l'Écomusée et à Escal'Atlantic.

- janvier-février-mars : saisonniers longs + nouveaux postes permanents Escal'Atlantic et Écomusée
> 10 médiateurs
- juin : saisonniers courts Escal'Atlantic, Écomusée et tumulus de Dissignac
> 8 médiateurs

S'y ajoutent les formations face public, avec mise en situation et interventions de comédiens en 4 journées pour 25 collaborateurs en situation de médiation.

5.8 L'action pédagogique, au service du monde éducatif

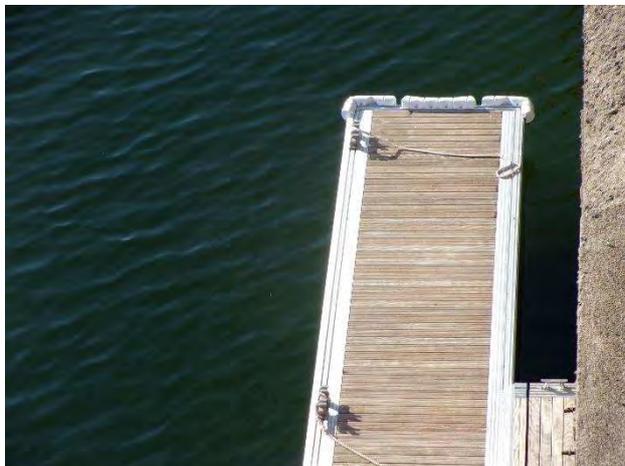
Les actions éducatives pour l'année 2022 se sont déclinées sous deux dimensions :

- 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

158 interventions ont été réalisées et près de 2500 élèves ont pu bénéficier de ces prestations.



	Inscriptions reçues	Inscriptions validées	Actions réalisées
Offre pédagogique SNAT	172	80	77
PEAC	79	79	78
EAC	3	3	3
Toutes offres	254	162	158



Série de cartes postales créés par les élèves
des écoles Simon et Chedid

Plongeur portuaire

Saint-Nazaire renversante

Course-poursuite

Répartition actions dans les murs / hors-les-murs

	Actions réalisées	%
Dans les murs	70	44.3
Hors les murs	88	55.7
	172	100

L'équipe éducative 2023 : un seul médiateur

Aucun médiateurs de l'équipe, hormis el chargé des actions pédagogiques n'a été formé aux médiations scolaires. Pour autant, les propositions pédagogiques « dans les murs » à l'Ecomusée, à Escal'Atlantic, dans l'Espadon ou à EOL ont été plus nombreuses que les années précédentes.

Des propositions pour tous les niveaux

	Classes des écoles primaires	Classes des établissements de collège	Classes des établissements de lycée et enseignements supérieurs
Offre pédagogique SNAT	<ul style="list-style-type: none"> > La base sous-marine > La classe des années 1950 > Histoires de ville > Métiers portuaires > Paquebots d'ici, hier et aujourd'hui > Découverte du musée > Chasseurs de Patrimoine 	<ul style="list-style-type: none"> > La base sous-marine > Ateliers autour des objets de la 2nde Guerre mondiale > Histoires de ville > Métiers portuaires > Les Américains à Saint-Nazaire : 1917-1919 > Chasseurs de Patrimoine 	<ul style="list-style-type: none"> > La base sous-marine > Ateliers autour des objets de la 2nde Guerre mondiale > Histoires de ville > Les Américains à Saint-Nazaire : 1917-1919 > Mon parcours patrimoine
NOUVEAU	<ul style="list-style-type: none"> > Je vis dans les années 1950 > Mon ami le vent > À la table des paquebots > Lulu et le nouveau monde > Je t'écris parce que je ne veux pas que tu m'oublies 	<ul style="list-style-type: none"> > Mon ami le vent 	
PEAC & EAC	<ul style="list-style-type: none"> > Saint-Nazaire, une invitation aux voyages > Regards photographiques : la carte postale > Étrange poisson > Mon ami le vent > Les fêtes nazairiennes > Paquebot de légende : <i>France</i> > Des guerres pour la paix > Saint-Nazaire en air > Lulu et la promesse du nouveau monde 	<ul style="list-style-type: none"> > L'opération Chariot > Parcours guerres 	<ul style="list-style-type: none"> > Conception d'une maquette de l'Espadon
NOUVEAU			

Les classes reçues proviennent très majoritairement des établissements primaires de cycle 2 et de cycle 3 (plus de 64 %). Le nombre important d'interventions dans le cadre des PEAC explique en grande partie cette prédominance des établissements élémentaires.

À noter :

- L'année 2022 recensait un pourcentage supérieur à 80 % des participations des cycle 2 et 3. **La tendance est donc à la baisse.**
- Ce sont les élèves de **collèges nazairiens** qui **bénéficient d'un pourcentage de fréquentation en nette progression** : 16.45 % cette année contre 8.13 % en 2022.
- Pour les classes des lycées, les chiffres sont toujours bas.
- Grâce à l'introduction des IME dans le cadre des parcours éducatifs, de nombreux jeunes en situation de handicap ont pu profiter des projets sur l'ensemble de l'année scolaire.

	Nombre d'interventions	%
Ens. Supérieurs et autres	1	0.63
Lycées	7	4.43
Collèges	26	16.45
Primaires cycle 3	52	32.94
Primaires cycle 2	50	31.64
Cycle 1	10	6.32
IME	12	7.59
	158	100

6. Les Ressources humaines et détail du personnel par activité

Sur le plan des ressources humaines, l'année 2023 a été marquée par sept démissions :

Nom de l'employé	Service	H	F	Nat.	Tps Plein	Tps Partiel	Horaire	Heures	Date d'entrée	Date de sortie
Manuela BABU	Exploitation		x	F	x			151,67	01/12/2019	30/05/2023
Alice GUITTET	Exploitation		x	F	x			151,67	31/01/2019	22/09/2023
Maelwenn LEDUC	Marketing	x		F	x			151,67	01/12/2008	12/09/2023
Véronique LE GUERINEL	Marketing		x	F		x		136,50	01/01/2001	30/11/2023
Anais LE ROY	Exploitation		x	F	x			151,67	01/03/2013	15/01/2023
Vicky LOHEAC	Patrimoine		x	F	x			151,67	01/03/2019	11/07/2023
Eurydice PLOEGAERTS	Exploitation		x	F	x			151,67	24/01/2023	11/08/2023

Les embauches en CDI ont été les suivantes :

Nom de l'employé	Service	H	F	Nat.	Tps Plein	Tps Partiel	Horaire	Heures	Date d'entrée
Grégoire CHAUVEAU	Marketing	x		F	x			151,67	02/10/2023
Chloé DEMORA	Marketing		x	F	x			151,67	09/01/2023
Laura DUMAS	Exploitation		x	F	x			151,67	21/12/2023
Jennifer GUTIERREZ	Exploitation		x	F	x			151,67	01/12/2023
Margaux JOSSELIN	Administration		x	F		x		121,33	16/03/2023
Coline LETORT	Patrimoine		x	F	x			151,67	15/02/2023
Clémentine MIALON	Patrimoine		x	F	x			151,67	03/07/2023
Antoine POULEAU	Exploitation	x		F	x			151,67	01/12/2023
Soazig RENAULT	Exploitation		x	F	x				02/02/2023
Simon ROBERT	Exploitation	x		F	x			151,67	21/12/2023
Josselin ROBIN	Exploitation	x		F	x			151,67	24/01/2023
Elena ROUDAUT	Office de Tourisme		x	F	x			151,67	04/12/2023
Anita SOTTILE	Exploitation		x	F	x			151,67	04/12/2023

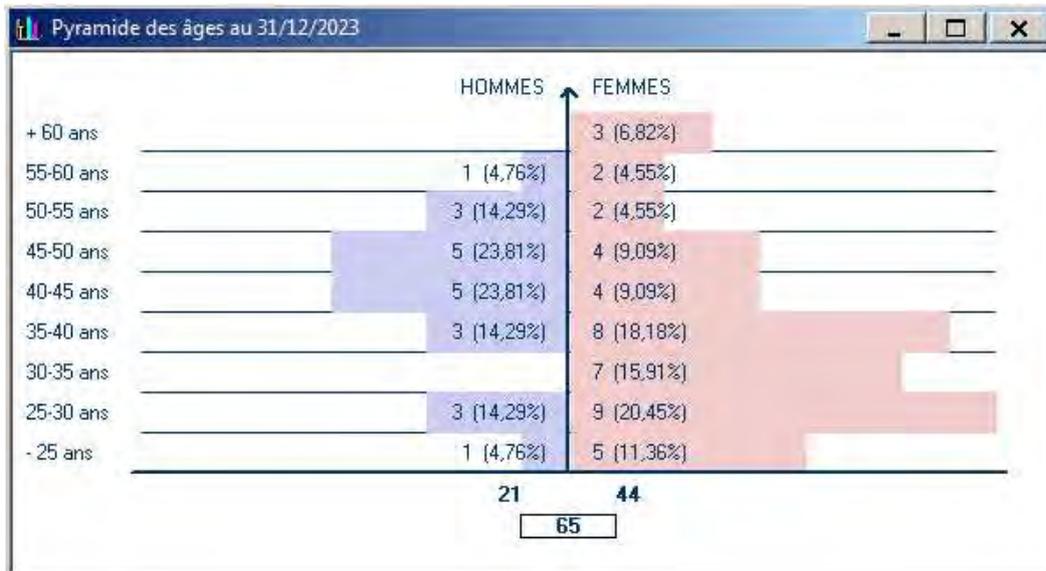
Les ressources humaines en chiffres en 2023

Activités	CDI
Direction & Administration	7
Ingénierie	1
Marketing	6
Exploitation	27
Office de Tourisme	4
Patrimoine	12

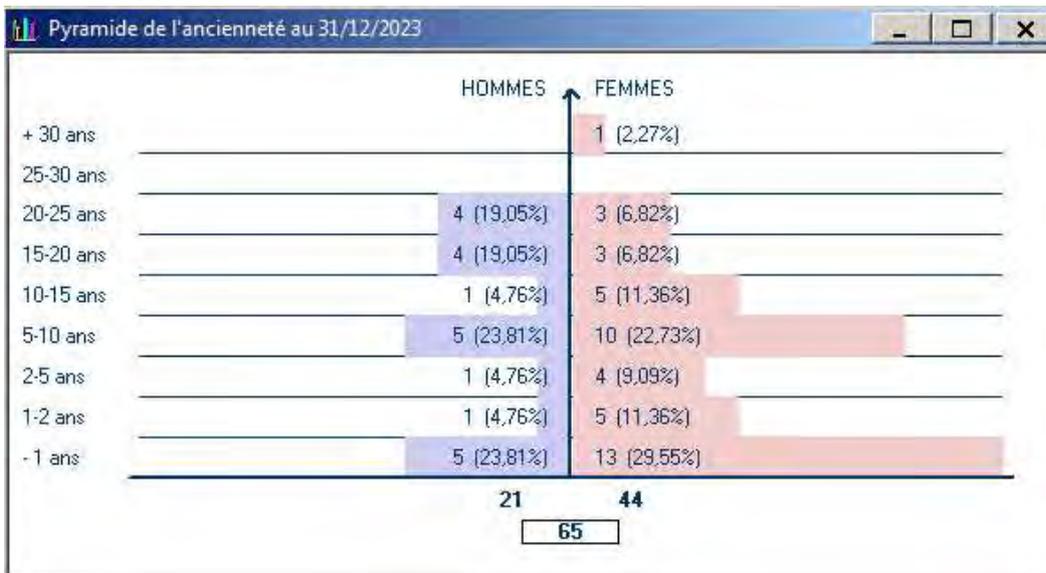
L'effectif de la structure au 31/12/2023

Répartition des effectifs au 31/12/2023	Total	CDI	CDD	Employés	Ag. de Maîtrise	Cadres
Femmes	44	37	7	28	13	3
Hommes	21	20	1	7	7	7
Total général	65	57	8	35	20	10

- La pyramide des âges selon l'effectif au 31/12/2023



- La pyramide de l'ancienneté selon l'effectif au 31/12/2023



- Répartition de l'effectif moyen en 2023

Période	Nb Hommes	Nb Femmes	Total	Dont CDD *
Janvier 2023	17	36	54	5
Février 2023	22	46	68	17
Mars 2023	22	48	70	19
Avril 2023	24	55	78	26
Mai 2023	24	57	80	28
Juin 2023	24	58	82	31
Juillet 2023	34	74	108	56
Août 2023	34	72	106	54
Septembre 2023	24	59	82	32
Octobre 2023	24	53	77	26
Novembre 2023	18	39	57	7
Décembre 2023	19	38	58	4
Moyenne	22	53	75	25

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

Le score de l'index global d'égalité professionnelle femmes-hommes 2023 est 96/100.

▪ **Les Instances Représentatives du Personnel**

Les élections du Conseil économique et social (CSE) se sont déroulées le lundi 24 avril 2023 pour le 1^{er} tour et le mardi 9 mai 2023 pour le second tour.

Listes des membres élus

Pour le 1^{er} collège « Employés »

Titulaires

- Adeline JOURDAIN
- Hélène GIRARD

Suppléants

- Aurélie BAUDET
- Sophie BERGER

Pour le 2^{ème} collège « Agents de maîtrise et Cadres »

Titulaires

- Sébastien JUBAU
- Virginie GUILBAUD

Suppléants

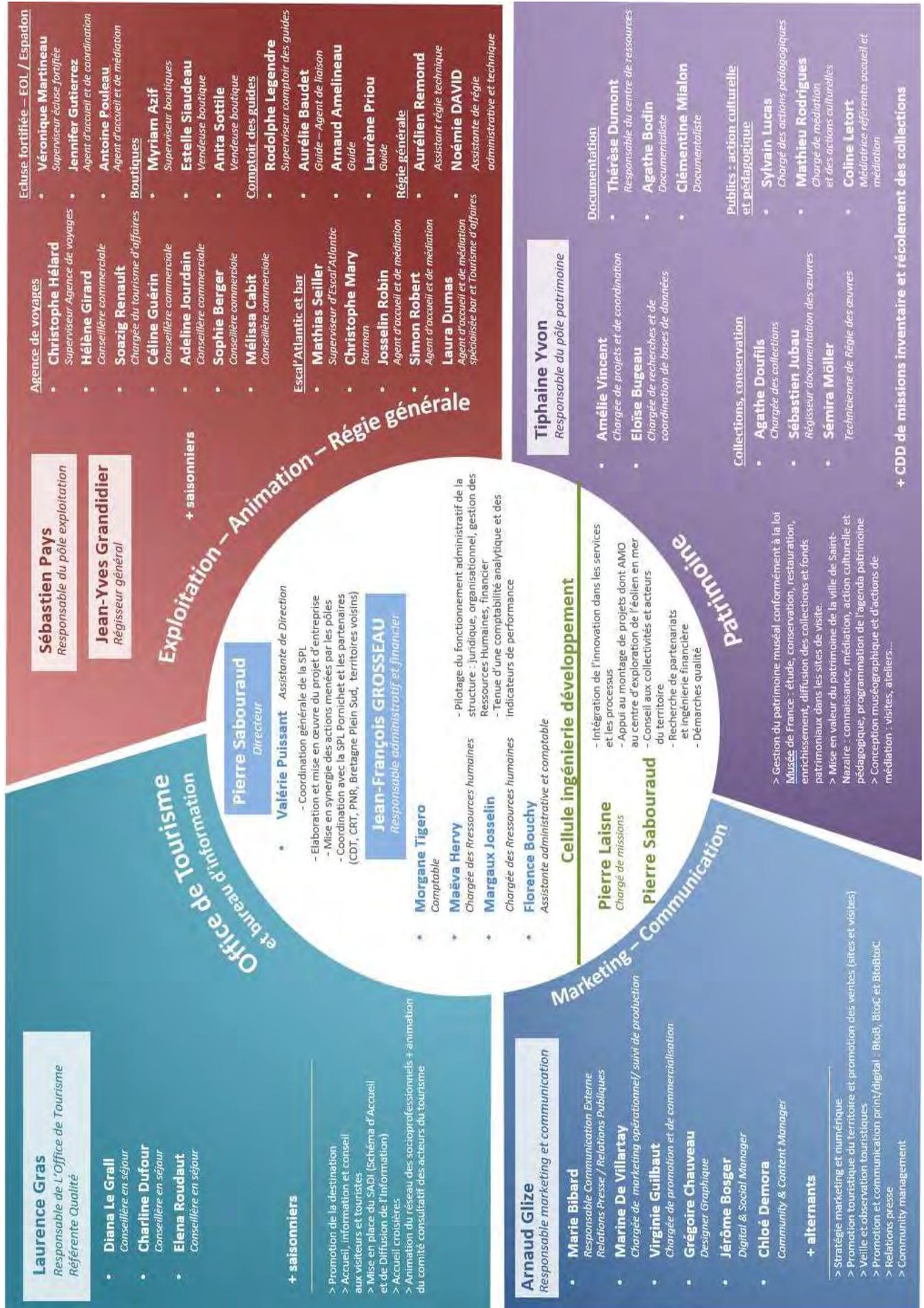
- Agathe DOUFILS
- Pierre LAISNE

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

Mercredi 8 février 2023
Mercredi 12 avril 2023
Jeudi 20 juillet 2023
Jeudi 12 octobre 2023
Jeudi 14 décembre 2023

Mercredi 22 mars 2023
Jeudi 15 juin 2023
Jeudi 21 septembre 2023
Jeudi 23 novembre 2023

7. Organigramme à jour avec la liste des personnels

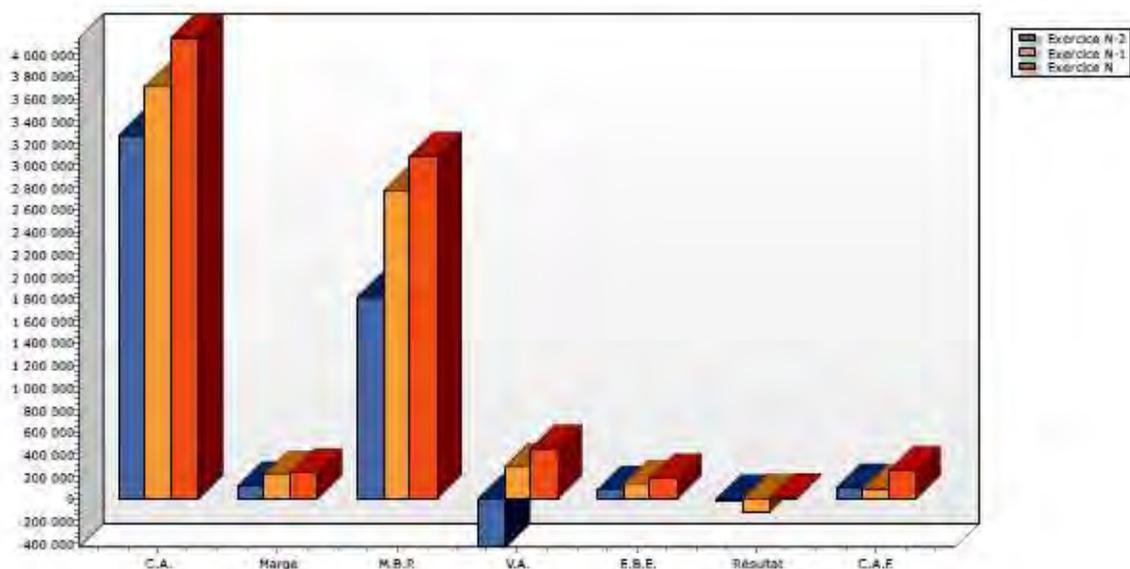


8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan comptable général en vigueur certifiés par un commissaire aux comptes agréé. Une information sur les engagements à incidences financières, y compris en matière de personnel, liés à la délégation de service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

S.A. SAINT NAZAIRE AGGLOMERATION TOURISME
COMPTES ANNUELS AU 31/12/2023

Chiffres clés de l'entreprise

	31/12/2023	31/12/2022	Variation	N/N-1	31/12/2021
Nombre de mois	12	12			12
Chiffre d'affaires	4 142 480,95	3 704 248,08	438 214,87	11,83	3 280 387,73
Marge commerciale	227 654,22	214 429,01	13 225,21	6,17	118 050,89
% sur vente de marchandises	40,73	45,70			44,23
Marge brute de production	3 078 981,07	2 785 411,82	313 549,25	11,34	1 809 648,89
% sur production	85,38	85,48			60,45
Valeur ajoutée	448 534,36	284 449,91	162 084,45	56,98	(441 294,58)
% sur CA	10,78	7,68			-13,54
Excédent brut d'exploitation	184 369,44	127 151,05	57 218,39	45,00	76 947,96
% sur CA	4,45	3,43			2,36
Résultat net comptable	7 325,86	(122 742,66)	130 068,52	-105,97	(19 574,65)
% sur CA	0,18	-3,31			-0,60
Capacité d'autofinancement	247 771,10	83 778,45	163 992,65	195,75	92 302,49
Besoin en fonds de roulement	(941 488,83)	(860 567,85)	(280 919,18)	42,53	(329 084,83)
Nombre de jours de CA	(81,82)	(64,20)			(36,34)
Rotations (en jours)					
- Stock marchandises	137,76	143,70			274,88
- Stock produits finis					
- Crédit fournisseurs	106,06	86,32			34,06
- Crédit clients	23,45	28,60			22,02



Bilan Actif

	31/12/2023			31/12/2022
	Brut	Amort. et Dépréc.	Net	Net
Capital souscrit non appelé (1)				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Frais d'établissement				
Frais de développement				
Concessions brevets droits similaires	120 504,45	68 404,65	52 099,80	39 775,72
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, mat. et outillage indus.	376 445,49	158 098,67	218 346,82	196 374,34
Autres immobilisations corporelles	1 507 172,19	699 642,65	807 529,54	749 026,69
Immobilisations en cours	34 463,01		34 463,01	
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (2)				
Participations évaluées selon mise en équival.				
Autres participations				
Créances rattachées à des participations				
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	1 500,00		1 500,00	
TOTAL (II)	2 040 085,14	926 348,17	1 113 738,97	985 178,95
STOCKS ET EN-COURS				
Matières premières, approvisionnements				
En-cours de production de biens				
En-cours de production de services				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises	127 782,01		127 782,01	122 895,26
Avances et Acomptes versés sur commandes	2 942,42		2 942,42	
CREANCES (3)				
Créances clients et comptes rattachés	302 594,97	694,75	301 900,22	327 547,71
Autres créances	319 551,64		319 551,64	296 268,26
Capital souscrit appelé, non versé				
VALEURS MOBILIERES DE PLACEMENT				
DISPONIBILITES	478 552,50		478 552,50	338 864,14
Charges constatées d'avance	119 225,33		119 225,33	85 084,39
TOTAL (III)	1 350 648,87	694,75	1 349 954,12	1 170 659,78
COMPTES DE REGULARISATION				
Frais d'émission d'emprunt à étaler (IV)				
Primes de remboursement des obligations (V)				
Ecart de conversion actif (VI)				
TOTAL ACTIF (I à VI)	3 390 734,01	927 040,92	2 463 693,09	2 155 838,71
(1) dont droit au bail				
(2) dont immobilisations financières à moins d'un an			1 500,00	
(3) dont créances à plus d'un an				

Bilan Passif

	31/12/2023	31/12/2022
Capital social ou individuel	250 000,00	250 000,00
Primes d'émission, de fusion, d'apport ...		
Ecart de réévaluation		
RESERVES		
Réserve légale	3 543,30	3 543,30
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves		47 747,90
Report à nouveau	(74 994,76)	
Résultat de l'exercice	7 325,86	(122 742,66)
Subventions d'investissement	253 249,00	144 903,00
Provisions réglementées		
Total des capitaux propres	439 123,40	323 451,54
Autres fonds propres		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Total des autres fonds propres		
Provisions		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges	94 129,00	97 450,00
Total des provisions	94 129,00	97 450,00
DETTES FINANCIERES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts dettes auprès des établissements de crédit (2)	116 857,49	242 513,40
Emprunts et dettes financières divers (3)		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	62 891,69	11 539,73
DETTES D'EXPLOITATION		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 249 877,97	949 492,56
Dettes fiscales et sociales	450 339,49	524 206,13
DETTES DIVERSES		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	6 131,09	7 183,35
Produits constatés d'avance (1)	44 342,96	
Total des dettes	1 930 440,69	1 734 935,17
Ecart de conversion passif		
TOTAL PASSIF	2 463 693,09	2 155 836,71
Résultat de l'exercice exprimé en centimes	7 325,86	(122 742,66)
(1) Dettes et produits constatés d'avance à moins d'un an	1 817 502,12	1 608 366,29
(2) Dont concours bancaires courants, et soldes créditeurs de banques et CCP	1 759,89	1 768,30
(3) Dont emprunts participatifs		

Compte de Résultat 1/2

		31/12/2023	31/12/2022
	France	Hors France	
		12 mois	12 mois
PRODUITS D'EXPLOITATION	Ventes de marchandises	558 870,65	469 166,33
	Production vendue (Biens)	(10 387,07)	(10 387,07)
	Production vendue (Services et Travaux)	3 593 977,37	3 235 079,75
	Montant net du chiffre d'affaires	4 142 460,95	3 704 246,08
	Production stockée		
	Production immobilisée		22 525,40
	Subventions d'exploitation		2 851 739,51
	Reprises sur provisions et amortissements, transfert de charges		33 787,41
	Autres produits		17 672,58
	Total des produits d'exploitation (1)	7 088 185,85	8 528 742,58
CHARGES D'EXPLOITATION	Achats de marchandises		327 546,68
	Variation de stock		3 669,75
			(23 692,83)
	Achats de matières et autres approvisionnements		1 162,73
	Variation de stock		
	Autres achats et charges externes		3 386 072,83
			3 165 058,85
	Impôts, taxes et versements assimilés		155 675,87
	Salaires et traitements		2 253 354,08
	Charges sociales du personnel		704 874,48
	Cotisations personnelles de l'exploitant		685 039,25
	Dotations aux amortissements :		
	- sur immobilisations		243 129,99
- charges d'exploitation à répartir		231 972,61	
Dotations aux dépréciations :			
- sur immobilisations			
- sur actif circulant		636,25	
			58,50
Dotations aux provisions			
Autres charges		16 624,35	85 506,68
	Total des charges d'exploitation (2)	7 092 747,01	8 685 239,76
	RESULTAT D'EXPLOITATION	(24 561,16)	(156 497,20)

Compte de Résultat

2/2

	31/12/2023	31/12/2022
	(24 581,18)	(156 497,20)
RESULTAT D'EXPLOITATION		
Opéra. comm.		
Bénéfice attribué ou perte transférée		
Perte supportée ou bénéfice transféré		
PRODUITS FINANCIERS		
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		
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		
Total des produits financiers		
CHARGES FINANCIÈRES		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Intérêts et charges assimilées (4)	892,86	1 370,56
Différences négatives de change		
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement		
Total des charges financières	892,86	1 370,56
RESULTAT FINANCIER	(892,88)	(1 370,56)
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	(25 454,02)	(157 887,78)
PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Sur opérations de gestion	39 710,00	35 160,10
Sur opérations en capital		
Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges		
Total des produits exceptionnels	39 710,00	35 160,10
CHARGES EXCEPTIONNELLES		
Sur opérations de gestion	6 930,12	35,00
Sur opérations en capital		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Total des charges exceptionnelles	6 930,12	35,00
RESULTAT EXCEPTIONNEL	32 779,88	35 125,10
PARTICIPATION DES SALAIRES		
IMPOTS SUR LES BENEFICES		
TOTAL DES PRODUITS	7 107 895,85	8 563 802,86
TOTAL DES CHARGES	7 100 569,99	8 688 645,32
RESULTAT DE L'EXERCICE	7 325,86	(122 742,86)

(1) dont produits afférents à des exercices antérieurs

(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 2 463 693 euros.

Le compte de résultat, présenté sous forme de liste, affiche un total produits de 7 107 896 euros et un total charges de 7 100 570 euros, dégageant ainsi un résultat de 7 326 euros.

L'exercice considéré débute le 01/01/2023 et finit le 31/12/2023.
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 continué d'augmenter fortement sur l'exercice.

En raison des conditions économiques exceptionnelles, générées par la crise géopolitique et énergétique contribuant à la forte remontée de l'inflation, Saint-Nazaire Agglomération - La CARENE a accordé à la SNAT une subvention exceptionnelle d'un montant de 100 000 €, qui s'ajoute à la contribution annuelle de 2 652 000 €.

De plus, la SPL SNAT a formulé une demande d'aide Energo dont la décision d'attribution est en cours, et dont le montant à recevoir :

- au titre des mois de juillet et septembre à décembre 2022 s'élève à 29 275.15 €
- au titre des mois de juin et juillet 2023 s'élève à 9 740 €

◆ 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

Annexe

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.

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 :

Annexe

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.

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 boîtes 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 :

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

Annexe

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 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

Annexe

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.

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 : 21.41% pour les agents de maîtrise, les employés et les ouvriers
40.25% pour les cadres supérieurs et les cadres
- Taux d'actualisation financière : 2.47%
- Taux d'évolution des salaires : 2%

Le montant des IFC au 31/12/2023 s'établit à 94 129 €. La reprise de provision de l'exercice s'établit à la somme de 3 321 € (97 450 - 94 129).

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

Annexe

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€.

Cet emprunt a entièrement été remboursé sur l'exercice.

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€.

Le capital dû à la clôture de l'exercice s'élève à la somme de 105 529 €.

Effectif moyen

Effectif 2023 : 75 (22 hommes + 53 femmes)

Effectif 2022 : 74 (24 hommes + 50 femmes)

Information sur les honoraires du commissaire aux comptes

Au titre du contrôle légal des comptes annuels : 6 579 €

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

9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités

Les charges d'exploitation ont été réparties au prorata de la part de chiffre d'affaires de chaque activité.

Centre	Activité	Recettes	Dépenses	Résultat
Total centre : 111 OT SN	OTI Saint Nazaire	788		
Total centre : 114 EVENT	Event	253 209	239 056	14 153
Total centre : 115 FORFAITS	Forfaits	163 911	171 018	- 7 106
Total centre : 116 CHANTIERS	Chantiers	652 113	546 469	105 644
Total centre : 117 AIRBUS	Airbus	121 626	64 452	57 174
Total centre : 118 PORT	Port	33 145	14 640	18 505
Total centre : 119 CROISIERES	Croisières	129 543	145 458	- 15 915
Total centre : 122 VISITES GUIDEES	Visites guidées	16 506	3 186	13 320
Total centre : 123 VISITE PATRIMOINE	Visites patrimoine	2 129	411	1 718
Total centre : 131 ESCAL	Escal'Atlantic	858 659	1 158 181	- 299 522
Total centre : 132 BAR	Bar	50 399	33 837	16 563
Total centre : 133 BOUTIQUE ESCAL	Boutique Escal'Atlantic	244 751	176 867	67 884
Total centre : 141 ESPADON	Espadon	986 812	531 206	455 606
Total centre : 142 EOL	Eol	85 043	25 479	59 564
Total centre : 143 BOUTIQUE ECLUSE	Boutique Ecluse fortifiée	260 981	188 596	72 385
Total centre : 210 PATRIMOINE	Patrimoine	9 898		
Total centre : 211 ECOMUSEE	Ecomusée	47 958	70 450	- 22 492
Total centre : 221 Publics	Publics	1 176		
Total centre : 223 Acquisition Fonds Patrimoine	Acquisition Fonds Patrimoniaux	1 200		
Total centre : 231 TUMULUS	Tumulus	7 170		
Total centre : 311 COMMUNICATION TERRITOIRE	Communication	5 583		
Total centre : 361 INGENIERIE	Ingenierie	209 360		
Total général	Total général	4 141 961	3 369 305	537 480

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.

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

Les audits Carene / Actee sont terminés. Ces derniers mettent en avant des propositions pour réduire l'empreinte Carbone des équipements, et réduire la facture énergétique. Les financements importants sont en cours de discussion avec la DPI.

La CARENE a doté SNAT d'une subvention d'investissement de 105.000 € pour l'année de 2023 afin d'engager le rafraîchissement et de sonorisation de la salle de cinéma d'Escal'Atlantic et du revêtement de l'escalier de la salle à manger.

Désignation	Fournisseur	Montant Prévu	Montant engagé
Subvention allouée : 105 000 €		114 285,08 €	108 912,33 €
BSM-EA : Lumières Salle de Cinéma	iGuzzini	3 500 €	7 680 €
BSM-EA : Remplacement Matériel Son Cinéma suite à obsolescence	B LIVE	30 000 €	13 195 €
BSM-EA : Remplacement moquette Cinéma	Sol'Art	20 000 €	14 023 €
BSM-EA : Remplacement / Rénovation Sièges Cinéma	KOTOBUKI - Quinette Gallay	55 000 €	57 107 €
BSM-EA : Peinture Plafond	Ouest Horizon	4 785 €	4 785 €
BSM-EA : Bureau de contrôle	Alpes Contrôles	1 000 €	1 000 €
ECL-EOL : Vidéoprojecteurs EOL	Visunext		11 122,50 €



La collaboration entre les propriétaires et SNAT sur les sujets de clos et couvert reprend à bon rythme.

Une année riche de petits dépannages dans un timing s'adaptant aux ouvertures continues, nécessitant une adaptation des prestataires quant à leurs interventions.

**

*

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

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

- Le 28 mars 2023, en visioconférence et à la CARENE, Salle Rozé – bâtiment Météor à Saint-Nazaire.
- Le 13 juin 2023, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.
- Le 03 octobre 2023, en visioconférence et à la CARENE, Salle Littoral – Bâtiment Météor à Saint-Nazaire.
- Le 28 novembre 2023, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.

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

- Le 28 mars 2023, en visioconférence et à la CARENE, Salle Rozé – bâtiment Météor à Saint-Nazaire.
- Le 13 juin 2023, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.
- Le 03 octobre 2023, en visioconférence et à la Carène, Salle Littoral – Bâtiment Météor à Saint-Nazaire.
- Le 28 novembre 2023, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.

L'Assemblée générale s'est tenue le 13 juin 2023, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire.

Les réunions du **Comité de suivi conjoint** eurent lieu :

- Le 03 juillet 2023, salle du Conseil au siège de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme
- Le 02 octobre 2023, salle du Conseil au siège de la SPL Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

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.

Tous les administrateurs ainsi que la Présidente Directrice générale exercent leur fonction à titre gracieux et ne perçoivent ni rémunération, ni jetons de présence et aucune forme d'émoluments ou avantages en nature.

Conseil d'Administration					
CARENE (10 sièges)	 Céline GIRARD-RAFFIN girardc@mairie-saintnazaire.fr	 Jean-Claude PELLETEUR jopelleteur@mairie-pornichet.fr	 Marie-Anne HALGAND halgandma@saint-joachim.fr	 Sylvie CAUCHIE sylvie.cauchie@besne.fr	 Dominique MAHE-VINCE domahevance@mairie-trignac.fr
	 François CHENEAU f.cheneau@wanadoo.fr	 Franck HERVY agendamaire@lachapelledesmarais.fr	 Mathieu CÔËNT coentm@ville-st-andre-des-eaux.fr	 Jean-Michel CRAND crandjm@agglom-carene.fr	 Thierry NOGUET noguett@agglom-carene.fr
Ville de Saint-Nazaire (3 sièges)	 Béatrice PRIOU prioub@mairie-saintnazaire.fr	 Michel RAY raym@mairie-saintnazaire.fr	 Sarah TRICHET-ALLAIRE trichetallas@mairie-stnazaire.fr	Ville de Pornichet (1 siège)	 Christophe DAGUIZE cdaguize@mairie-pornichet.fr
Ville de Saint-André-des-Eaux (1 siège)	 Laurent PONNELLE ponnel@ville-st-andre-des-eaux.fr	Cap Atlantique (1 siège)	 Franck LOUVRIER franck.louvrier@mairie-labaule.fr	Représentant assemblée spéciale	 Raphaël SALAÛN salaunr@saint-joachim.fr
				Cons. Départemental 44 (1 siège)	 Rémy OHRON remy.ohron@loire-atlantique.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@montoirdubretagne.fr

Ville de Donges



Didier RIAUD

d.riaud@ville-donges.fr

Ville de Trignac



Hervé MORICE

herve.morice@free.fr

Ville de La Chapelle-des-Marais



Sylviane BIZEUL

contact@lachelledesmarais.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.louvrier@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@lachelledesmarais.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

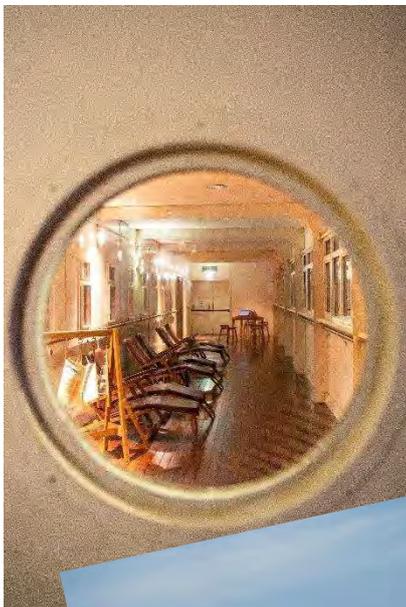


Tony LE PEN

tonylepen.besne@orange.fr

La destination vue par des influenceurs...

En septembre 2023, Découvrir Ensemble et Culturez-vous, des influenceurs en vue, ont posé leur regard sur Saint-Nzaire et le territoire...





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 | saint-nazaire-musees.com

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

Opérateur de voyage IM044170008

