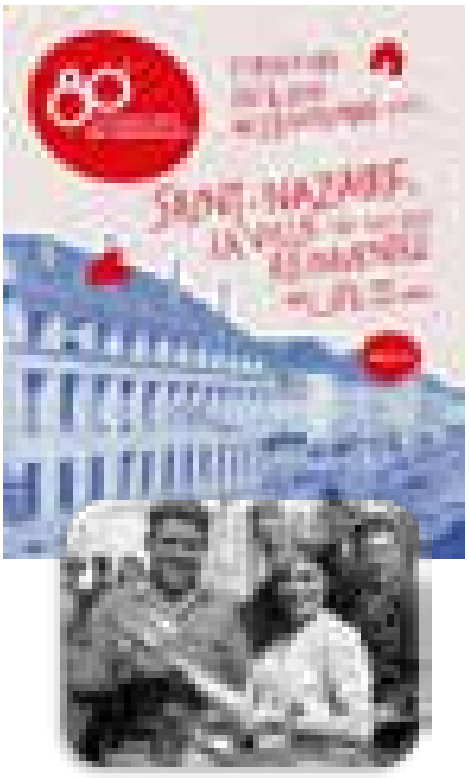
saint-nazaire agglomération TOURISME

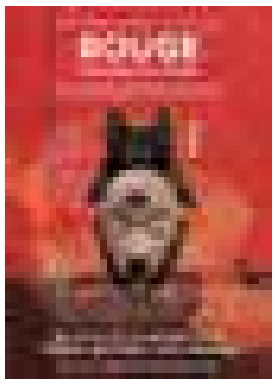
Rapport annuel d'activité 2025











La Société Publique Locale SaintNazaire Agglomération Tourisme, au capital de 250 000 €,

fut fondée en 2017 par la Ville de SaintNazaire et la CARENE et

bénéficie d'une Délégation de Service Public unique de ses deux actionnaires fondateurs.

Sommaire

Le rapport moral de la Présidente – Directrice générale p. 4

- Les actions spécifiques et faits marquants de l'année 2025 p. 6

1. Le chantier des collections p. 7

2. L'expo base sousmarine p. 11

3. Programme de Numérisation et de Valorisation – fonds Chantiers de l'Atlantique p. 14

4. L'office du commerce & de l'artisanat et la marque SaintNazaire – Le Centre p. 17

5. L'exposition à la chaussée neuve p. 18

6. Gestion de l'accueil de l'exposition au LIFE « 19452025 SaintNazaire, la ville réinventée» p. 19

7. La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (R.S.E) p. 20

8. Le tableau de bord des indicateurs touristiques p. 22

- Les informations requises par la DSP conformément aux dispositions des articles L.14113 et R.14117 p. 29 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 p. 32
origine, par période de l'année…) et au nombre de visiteurs recensés sur le territoire

3. Les données liées aux activités: ventes boutique, restauration, nature et nombre des animations et p. 40
événements

4. Les actions de prospection, promotion et partenariats engagés au cours de l'année p. 41
4 Les actions de l'Office de Tourisme Intercommunal
4 Le marketing, la promotion, la communication et la presse
4 Les partenariats engagés
4 Les démarches qualité et les labels
4 Les actions d'ingénierie à destination des actionnaires
5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine p. 68 de la
Ville de SaintNazaire

6. Les ressources humaines p. 113

7. L'organigramme à jour avec la liste des personnels p. 117

8. Les comptes annuels (compte de résultat, bilans, annexes) établis conformément aux normes du plan p. 118
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

9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités p. 122

10. L'inventaire des biens mis à jour p. 122

11. Un journal de bord des travaux réalisés par le délégataire p. 122

12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme p. 123

13. Le rapport du mandataire p. 126

1. Retombées presse 2025 p. 129

Le rapport moral de la

Présidente Directrice générale



2025 fut une année charnière pour la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme au cours de laquelle il fallut à la fois faire face à une diminution des dotations publiques et à une régression de la fréquentation payante, particulièrement au cours du premier semestre. Afin d'y pallier, innovation, agilité et adaptation furent appliquées dans tous les domaines d'intervention.

Les niveaux de fréquentation des sites et visites sont légèrement inférieurs à 2024 et en diminution significative pour le patrimoine en raison d'une diminution des moyens dédiés par l'autorité concédante.

- La fréquentation totale des sites et des visites atteint 332.700 personnes, versus 338.600 en 2024, dont 308.750 visiteurs payants contre 312.898 en 2024, soit une légère baisse de 4.448 visiteurs par rapport à l'année 2024. Au regard des objectifs, un déficit de 17.800 visiteurs payants est enregistré.
- Le chiffre d'affaires des billetteries s'élève à 3 308 k€ contre 3 286 k€ l'an passé, soit + 0.7 % comparé à 2024.
- La fréquentation de la Saison patrimoine atteint 22.100 personnes, contre 30.500, soit 27 %, conséquence de la diminution de service en raison des baisses budgétaires.
- La fréquentation physique de l'Office de Tourisme : 61.599 personnes accueillies contre 67.900 en 2024 et 19.939 actes de renseignements sur un objectif de 25.000. A quoi s'ajoute le Tiny Office de SaintAndrédes Eaux avec 1.180 personnes contre 1.046 en 2024.
- Le numérique, avec un meilleur ciblage, permet d'optimiser les résultats : 930.000 visiteurs uniques en 2025 contre 1,2 million en 2024 et 993.000 en 2023, pour un total de 4 millions de pages vues, contre 3,57 millions en 2024 et 2,6 millions en 2023. Environ 9 millions de personnes touchées par Meta et Google contre 4,5 millions en 2024. 148.000 billets vendus en ligne contre 143.000 en 2024 pour un chiffre d'affaires généré en ligne de 1.658 k€ contre 1.484 k€ en 2024, soit une progression de 11.7 % par rapport à 2024. La vente en ligne représente 50.12 % du chiffres d'affaires.

La satisfaction des publics est maintenue à des niveaux élevés avec des taux supérieurs à 92 % selon les catégories de service. Les engagements dans les processus de qualité permettent d'impliquer les équipes et d'obtenir des résultats. En 2025, le nouveau label national porté par l'Etat « Destination d'excellence » remplaçant « Qualité Tourisme », avec des critères de développement durable, a été attribué à quatre services de la société : l'Office de Tourisme Intercommunal pour les points d'information de la Base sousmarine et du TinyOffice, ainsi que les trois visites industrielles des Chantiers de l'Atlantique, d'Airbus Atlantic et du Grand port maritime.

La stratégie marketing est élaborée pour garantir l'attractivité de la destination et le remplissage optimal de la jauge des offres de visites, par un croisement des techniques traditionnelles et numériques de communication et de la presse. Une double série de quatre visuels a été conçue en interne, l'une pour la destination, l'autre pour les quatre sites de visite, renouvelant ainsi le positionnement de SaintNazaire Renversante, par les jeux de couleurs et les jeux de mots.

Au titre du patrimoine, des actions d'envergure sont à souligner, relevant à la fois de la conservation et de la valorisation. Le chantier des collections est entré dans la phase cruciale de déménagement des œuvres auprès d'un prestataire extérieur afin de libérer les réserves actuelles impactées par le projet urbain de l'îlot nautique de SaintNazaire. L'implication dans le programme national de numération et de valorisation (PNV) des contenus culturels permet d'engager la restauration et la préservation du fonds photographique issu des Chantiers de l'Atlantique. Au carrefour du travail de recherche et de la médiation, une contribution a été apportée par les équipes à la conception de l'exposition estivale « 1945 – 2025, une ville réinventée » au LIFE ; la société a par ailleurs été mandatée par la Ville de SaintNazaire pour en assurer la gestion de l'accueil. La programmation de la Saison patrimoine au titre de Musée de France et de Ville d'art et d'histoire, enregistre une fréquentation du niveau de 2023 avec 22.100 visiteurs pour 70 propositions de médiation ; les restrictions budgétaires de la Ville ayant pour conséquence une diminution de l'offre de service.

Sur le plan comptable, la société enregistre un résultat de l'exercice arrêté au 31 décembre de 37.562,91 €. La santé économique de l'entreprise s'est améliorée, dont on peut constater une augmentation de 0.7 % de son chiffre d'affaires, une contraction de 12 % de sa marge et une progression de 29 % de sa capacité d'autofinancement à 238.128 €. Pour la troisième année consécutive, SaintNazaire Agglomération a été sollicitée pour une contribution exceptionnelle au regard de la délégation de service publique dégradée, à hauteur de 80.000 € sur l'exercice 2025.

La stratégie de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE), fondée sur 6 axes déclinés en 55 actions, est entrée dans la phase opérationnelle après le vote en séance du Conseil d'administration du 19 novembre 2024. Le Dispositif d'innovation sociale, créé à l'issue du mouvement social de juillet 2024, a permis de rétablir un climat serein. Le baromètre de qualité de vie et de santé au travail, présenté en séance du Conseil d'administration du 25 novembre 2025, affiche des notes globales de plus de 3,5 / 5 avec un taux de participation de 80 %.

Ce rapport moral est l'ultime pour cette période de gouvernance qui s'achèvera à l'issue des élections municipales de mars 2026. Aussi, je souhaite saluer la qualité du travail collégial réalisé au cours de ces six années, avec des équipes engagées et impliquées quotidiennement, des partenaires investis aux côtés de la société et bien sûr, remercier les administrateurs pour leur assiduité, leur confiance et leur contribution active au sein du Conseil d'administration. Je suis infiniment reconnaissante envers tous. Par l'impact de ses actions en faveur du patrimoine et du tourisme, la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme est devenue un opérateur à forte valeur ajoutée pour le territoire et ses actionnaires. On doit en être conscient en cette période d'optimisation des deniers publics.

Après les élections, un nouveau chapitre s'ouvrira. Ce moment sera une invitation à l'audace, à la créativité et à l'engagement partagé pour transformer les défis en opportunités. Comme l'a si justement dit Marguerite Yourcenar, première femme à intégrer l'Académie française en 1980 : *"Il faut toujours un coup de folie pour bâtir un destin".* Puissionsnous, ensemble, faire preuve de cette audace éclairée pour écrire l'avenir que nous désirons.



Céline GIRARDRAFFIN

I - Les actions spécifiques à l’année 2025



1. Le chantier des collections

Qu'estce qu'un **chantier des collections** ?

Il s'agit d'une 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…).

Il se traduit en une **chaîne opératoire logique et organisée** au bénéfice des collections pour :

>> assurer la **traçabilité des œuvres** >> permettre

de **mieux connaître les collections** >> mettre en

œuvre la **conservation curative**

Depuis 2023, le service de la conservation des collections a engagé un chantier d'ampleur. La libération de l'actuel bâtiment des réserves en vue du projet *Îlot maritime* a permis de mettre en ordre de marche une chaîne opératoire de traitement des œuvres, et ce à grande échelle. Ce sont **13 683 items** qui doivent avoir été inventoriés, restaurés, conditionnés et déménagés, avant janvier 2027.

Ce chantier d'envergure fait l'objet d'un mandat spécial de la Ville de SaintNazaire auprès de la société, avec des fonds financiers dédiés qui s'échelonnent jusqu'en 2029.

Un phasage millimétré

Le chantier des collections s'organise selon de grandes phases, où se croisent de nombreux enjeux :

- Chaîne opératoire d'inventaire et de récolement,
- Traitement de conservation curative des œuvres,
- Conditionnement de tous les objets,
- Anoxie d'une partie de la collection,
- Déménagement vers un stockage transitoire.

Ce sont de nombreux spécialistes du patrimoine qui interviennent sur cette opération d'ampleur et dont il faut coordonner les interventions : conservateursrestaurateurs du patrimoine, régisseur de collections indépendant, entomologiste, emballeurtransporteur d'œuvres d'art, coordinateur de projet déménagement...

Le chantier s'organise ainsi autour de deux grandes temporalités :

>> le conditionnement et le déménagement des œuvres conservées en Réserve 1 :
Réalisé entre février décembre 2025

>> l'inventaire, le traitement, le conditionnement et le déménagement des œuvres conservées en Réserve 2
Réalisé entre janvier 2026 et janvier 2027



Un conditionnement de précision

3 873 items ont été conditionnés en interne, entre février et novembre 2025. L'équipe dédiée au chantier des collections a reçu une formation auprès d'un régisseur indépendant (Hughes Terrien – société *La Conserve*), réalisant luimême certains conditionnements complexes pour le musée. Des conditionnements adaptés à chaque œuvre ont ainsi pu être créés en interne, dans l'objectif de stabiliser au maximum les œuvres lors de leur déménagement. Ils ont également été pensés pour être gardés sur le long terme, dans un objectif d'intégration dans le futur Centre de Conservation Muséal (CCM).

2 289 heures de conditionnement

480 conditionnements réalisés :
- 260 plateaux (empilables en bacs) -
154 bacs - 38 boites sur mesure - 28
boites dédiées aux arts graphiques

Avantages

Un gain de place dans les conditionnements Des matériaux **stables** et chimiquement neutres Un usage raisonné des mousses et des plastiques Des œuvres transportables en toute sécurité Des conditionnements **pérennes**



Exemple de création d'un plateau, pour une intégration en bac.



Conditionnements sur mesure réalisés en interne



Conditionnements réalisés par le régisseur indépendant Hughes Terrien – Société La Conserve

Toutes les œuvres hors format ou trop complexes ont été prises en charge par un transporteur spécialisé en œuvres d'art : la Société André Chenue, associée au transporteur local Sendsio. Ce sont 146 œuvres qui ont été mises en caisses, soit climatiques, ou à clairevoie. L'ensemble des conditionnements réalisés en interne, ou pas Hughes Terrien ont également été palettisés par le transporteur spécialisé.



Œuvre mise en caisse à clairevoie



Œuvre mise en caisse climatique



Palettisation de conditionnements

Des premières collections en mouvement

En décembre 2025, **7 660 items** ont été déménagés[1] . Durant trois semaines, des interventions d'envergure ont permis de transporter en toute sécurité les œuvres vers leur stockage transitoire.





Mise en caisses climatiques d'œuvres de grand format par les équipes ChenueSendsio





Chargement en poidslourds des caisses d'œuvres pour départ

La poursuite du chantier permettra de réaliser les mêmes opérations, pour les 6 023 items encore conservés en réserves.

[1] À ce total doivent être ajoutés 6 145 exemplaires de journaux anciens, recensés lors du chantier des collections et conditionnés dans 59 boites de conservation, mais n'étant pas inscrits à l'inventaire du Musée de France.

2. L'exposition base sousmarine : audelà du béton

Pour donner suite à des ateliers de travail consacrés au devenir de la base sousmarine et aux travaux du toit, les élus de la ville de SaintNazaire ont confié à la société la réalisation d'une exposition temporaire. Celleci animera la base sousmarine durant les travaux de réfection de l'étanchéité du toit (20262028).

Elle répond à plusieurs objectifs :

- inciter à observer et comprendre les lieux,
- expliquer le contexte du site, son évolution et sa relation contrariée avec la ville,
- aborder la métamorphose culturelle de l'espace,
- exposer le déroulement et l'utilité des travaux du toit.

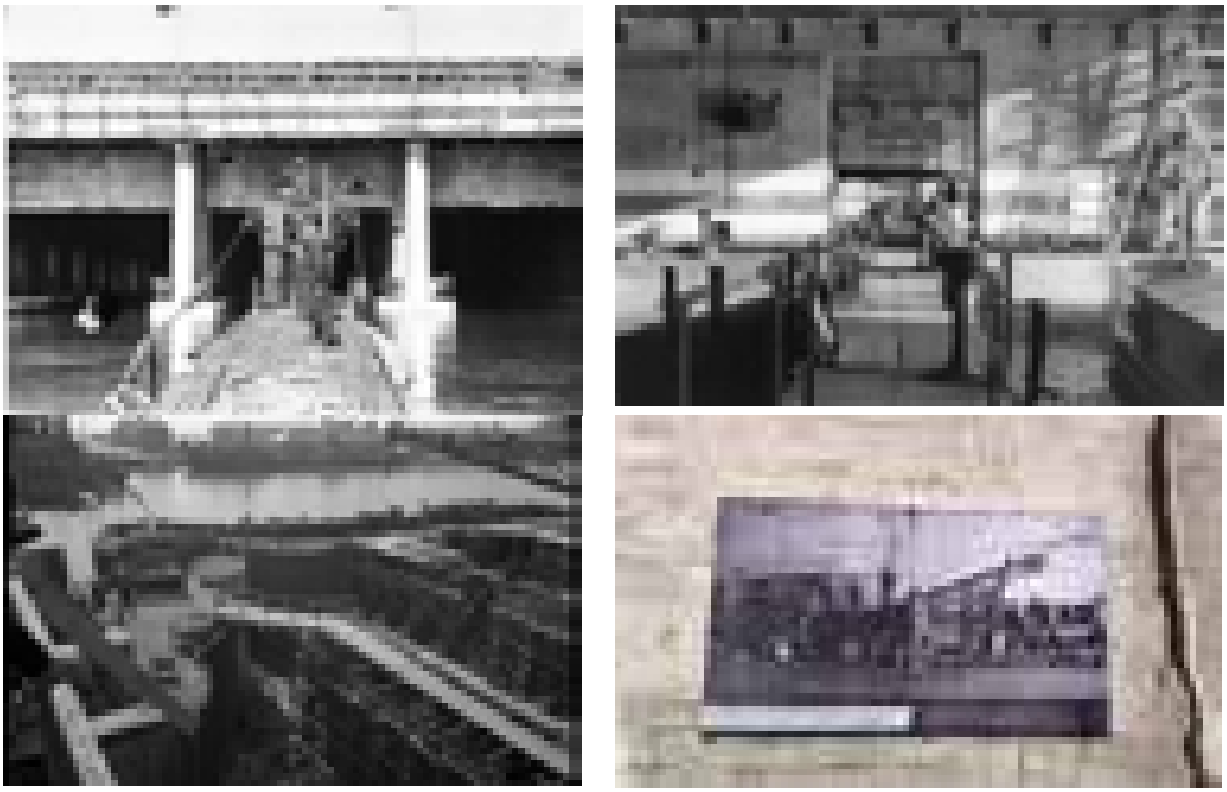
Elle se compose de 5 dispositifs complémentaires, proposant une médiation différenciée.





Une exposition photographique sensible.

Directement sur les murs de la base, 11 photographies grand format issues de différents fonds locaux (collections de l'Ecomusée), français (E.C.P.A.D.) et européens (*Bundesarchiv*) évoquent le quotidien dans la base sousmarine, ses usages et son fonctionnement.
Ces photographies, pour la plupart inédites, seront remplacées à moyen terme pour animer les lieux et aborder de nouvelles thématiques liées à la base sousmarine et à ses abords immédiats.



Quelques photographies présentées et le résultat sur les murs de la base

Une exposition socle

6 mobiliers rectoverso situés dans l'alvéole 10 accueillent le contenu socle de l'exposition divisé en quatre séquences : « avant la base, le port de commerce transatlantique », « une base sousmarine c'est quoi ? », « aprèsguerre que faire de la base ? », « Nouveaux usages publics ».





Des allervoir pour un parcours exploratoire

Pour encourager les visiteurs à déambuler dans la base, **9 dispositifs « allervoir** » ont été mis en place dans les différentes alvéoles, le long de la rue intérieure, mais aussi aux abords. Chacun aborde de manière ludique (avec la mention « le voyezvous ? » qui invite le visiteur à observer autour de lui pour rechercher l'élément) un détail de la construction de la base (les rails, le béton, les pièces techniques, les numérotations…).





A gauche, un allervoir consacré à une pièce technique de la base. A droite, un des panneaux de l'exposition socle.

3. Programme de Numérisation et de Valorisation – fonds des Chantiers de l'Atlantique

En 2024, une **dégradation de certains négatifs du fonds des Chantiers de l'Atlantique** a été constatée. Elle se manifeste notamment par une **odeur de vinaigre**, caractéristique du **syndrome de l'acétate** (dégradation chimique des négatifs**)**, indiquant qu'un **processus d'altération irréversible des supports photographiques** est engagé.

Exemples de dégradations







Une première estimation évalue à environ 4.000 négatifs le nombre de documents concernés. Afin de traiter au mieux cet ensemble conséquent, SNAT participe au **Programme de numérisation et de valorisation des contenus culturels**, un dispositif, piloté par le ministère de la Culture. Ce programme soutient les opérations de numérisation de contenus culturels, afin de faciliter leur mise à disposition et leur diffusion auprès des publics, dans les meilleures conditions d'accès.

Dans ce cadre, une subvention de 15.000€ a été attribuée à SNAT.

Mélaine TRÉAL a été recruté dans le cadre d'un contrat à durée déterminée de huit mois, afin d'assurer la gestion de l'ensemble de la chaîne opératoire de préservation du fonds, en collaboration avec l'équipe du centre de Ressources et de documentation et la Chargée de projets culturels et de valorisation numérique qui s'occupe de la base de données professionnelles Flora Software.

Étapes du traitement du fonds

Le processus mis en œuvre comprend les étapes suivantes :

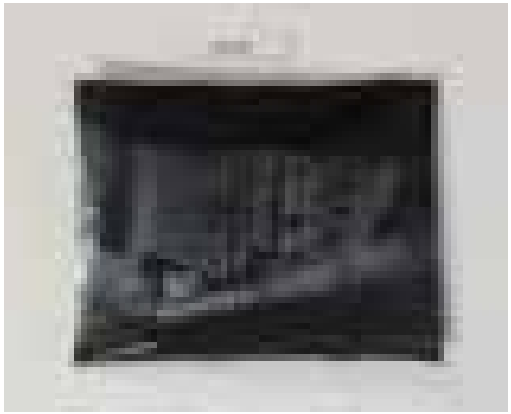
- Constat d'état des supports (prise de vue des documents afin de documenter leur état de conservation) ;
- Marquage et identification des documents ;
- Conditionnement adapté des négatifs fragilisés;
- Participation aux échanges avec le prestataire de numérisation, préparation des supports pour l'envoi et contrôle qualité des numérisations ;
- Numérisation HD réalisée en interne pour une partie du fonds ;
- Indexation des documents dans la base de données Flora ;
- Import des prises de vue (constat d'état et fichiers haute définition) dans la base Flora ;
- Mise à froid des supports (conservation en congélateur) afin de ralentir la dégradation;
- Valorisation des documents sur le portail des collections.

Numérisation

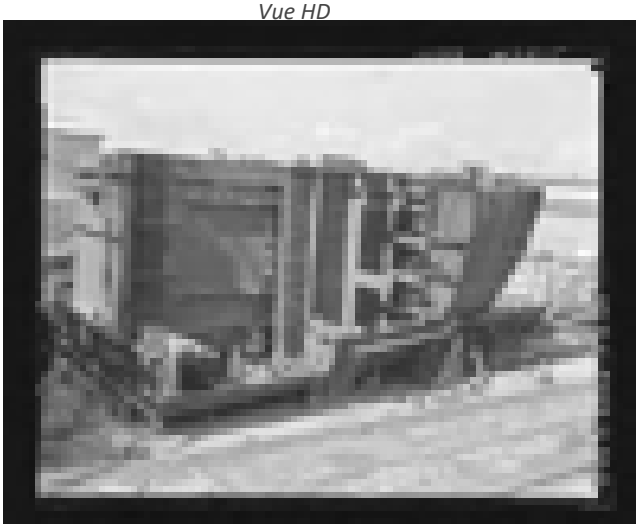
Afin d'optimiser la gestion du fonds, une partie des négatifs a été numérisée par un prestataire externe, la société Archimaine, pour environ deux tiers du fonds. Cela représente **2.400 items**, pour un coût de **6.048€ T.T.C.** Le tiers restant, représentant environ 1.800 fichiers, est numérisé en interne.

La numérisation en haute définition permet de préserver le contenu des clichés tout en limitant la manipulation des originaux. Elle garantit également une consultation facilitée, sous forme numérique.

Support avant numérisation



Vue HD



Conditionnement

Le conditionnement des supports fragilisés a été réalisé à l'aide de matériel professionnel adapté. Des équipements de protection (masque à cartouche) ont également été achetés, les émanations liées à la dégradation pouvant être **nocives pour les voies respiratoires**.

Mise à froid

Afin de ralentir fortement les processus de dégradation des supports photographiques et de prolonger significativement leur durée de conservation, les supports vont être mise à froid dans un congélateur. Du matériel spécifique a été acheté, modèle recommandé par le service conservation du Musée de Bretagne.

Budget

Recettes	Dépenses
Subvention PNV : 15 000€	Salaire pour 8 mois : 20 000€
	Conditionnement : 5 021.80€
	Numérisations externes : 6 048€
	Congélateur : 9 728.21€
= 15 000€	**= 40 798.01€**

Poursuite du projet en 2026

La gestion de ce fonds se poursuit en 2026, afin de continuer la numérisation et l'indexation des documents et le traitement des HD, puis de procéder à la mise à froid progressive des supports dans le congélateur.

Valorisation

Dans le cadre du projet de valorisation du fonds, environ 1.000 notices issues des documents traités seront mises en ligne sur le portail des collections de l'Écomusée en 2026.

4. L'Office du Commerce et de l'Artisanat, marque SaintNazaire – Le Centre

Par mandat de la Ville de SaintNazaire, la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme est missionnée pour accompagner l'entité Office du Commerce et de l'Artisanat (OC&A) dans le domaine de la communication et en particulier dans la dimension numérique, au regard du succès de SaintNazaire Renversante.

La stratégie de communication auprès des commerçants a été définie, en concertation selon la méthode suivante :

- Animation de groupes de travail.
- Définition d'une stratégie de communication incluant le digital.
- Création d'une marque dédiée et son déploiement : sélection de 2 prestataires indépendantes pour mener la mission.
- Animation, directement par le mandataire ou par le prestataire retenu par le mandataire, de réseaux sociaux et d'outils web dédiés, via la création et l'animation de comptes *ad hoc.*
- Impulser une communication digitale en incitant la coopération et en facilitant l'implication des commerçants.

Une identité graphique





La création d'un compte Instagram et des déclinaisons digitales





5. L’exposition au Port de la Chaussée Neuve (d’avril à septembre)




Inauguration 2025@lisadeniaud

L’exposition 2025 «Biodiversité, de l’invisible au visible » s’est inscrite dans la démarche entreprise par la commune de SaintAndré des Eaux de renseigner son Atlas de la Biodiversité Communale*, projet porté par le Parc Naturel Régional de Brière pour inventorier et mieux comprendre les espèces animales et végétales peuplant le territoire.

Le photographe professionnel Mathias MONSION et les photographes amateurs du groupe Brière de l’Université interâges de SaintNazaire ont été sollicités pour partager 24 clichés, pris sur le vif, de la biodiversité du marais en ce lieu de la Chaussée neuve. Dans la légende des clichés, un QR code permettait de découvrir leurs cris.

Les visiteurs ont ainsi pu découvrir au fil de leurs balades, les différentes espèces peuplant ce petit port de Brière. Quelques clichés installés en centrebourg, permettaient d’introduire ou de poursuivre cette immersion au cœur du vivant.

L’exposition « Biodiversité, de l’invisible au visible » sera conservé pour 2026.

**ABC : diagnostic écologique permettant d’identifier et cartographier les enjeux de biodiversité d’un territoire à partir d’inventaires des espèces et des milieux. Mis en place par Office Français de la Biodiversité et porté par les parcs naturels régionaux.*

6. Gestion de l'accueil de l'exposition de la base sousmarine « SaintNazaire, la ville réinventée – 19452025 »





La Ville de SaintNazaire a sollicité la SPL SNAT pour assurer la gestion de l'accueil et des médiations de l'exposition estivale 2025 implantée dans le LIFE, faute de prestataire extérieur et de capacité de gestion en régie.

Cette exposition dont la muséographie a été assurée par la Mission des Patrimoines de la Ville de SaintNazaire était le point d'orgue de l'année 2025 marquée par le 80ème anniversaire de la libération de la poche de SaintNazaire. L'exposition retraçait l'évolution de la ville en trois parties : la Libération (19441945), la Reconstruction (aprèsguerre) et l'Innovation (jusqu'à 2025), avec une mise en avant de témoignages, de l'urbanisme et des transformations architecturales au cours du 20e siècle.

Nous avons procédé à la gestion des ressources humaines de cet évènement, en publiant les offres d'emploi saisonnier, en analysant les candidatures, en procédant aux entretiens d'embauche et en assurant l'intégration, la formation, le suivi et l'accompagnement des 4 salariés recrutés. 2 salariés étaient embauchés à 35h/semaine (postes de supervision et de référent) et 2 salariés à 28h/semaine.

Gratuite et accessible du mardi au dimanche de 10hà 19h, du 4 juin au 28 septembre, l'exposition a rencontré autant le succès que l'intérêt du public. Les 4 collaborateurs SNAT ont ainsi accueilli 40 199 visiteurs au cours de ces 107 jours d'ouverture au public.

Une enquête de satisfaction était proposée aux visiteurs en fin de parcours sur tablette en autoadministration. 851 questionnaires ont été complétés par un public exclusivement français. Les visiteurs de l'exposition étaient essentiellement des individuels. La part des groupes est marginale.

4 items ont entre autres été soumis à l'évaluation de la satisfaction : l'exposition globalement, la thématique abordée, la scénographie et les contenus. Les taux de satisfaction sont très bons à plus de 90%, quel que soient les items évalués (addition des avis « bons » et « excellents»).

7. La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise – R.S.E.

Fin 2024, la stratégie RSE 20242027 a été validée en Conseil d'administration puis présentée aux salariés SNAT.
Elle est déclinée en **6 grands enjeux prioritaires** (déterminés en collaboration avec les équipes) :



QUELQUES AVANCEES 2025 DANS CHACUN DES 6 ENJEUX :

Enjeu 1: Mobiliser l'écosystème et favoriser les synergies pour un rayonnement global de la destination

- **Label « Destination d'Excellence » obtenu pour l'Office de Tourisme et les visites d'entreprise**, avec des scores respectifs au pilier « Ecoresponsabilité » de 86,24% et de 73,08% (étant une première labellisation, il fait atteindre 60% de conformité minimum sur ce pilier pour être labellisé).
- **30%** (36 sur 120) **des fournisseurs de nos boutiques sont locaux ou ultralocaux** // rayon moyen de 31 km autour de nos sites pour ces 36 fournisseurs.
- La participation à la **création de l'Office du Commerce et de l'Artisanat « SaintNazaire Le Centre »** (une vingtaine d'adhérents).
- **3 sociopros supplémentaires** labellisés **Accueilvélo**.

Enjeu 2 : Permettre l'accès à la nature et au patrimoine au plus grand nombre

- Les **weekends Renversants** (février et décembre) accueillent une clientèle en grande partie familiale qui estime à 48% que la gratuité enfant et le demitarif adulte ont eu un impact fort sur la décision de leur venue *(enquête de connaissance des publics Saison Patrimoine 2025).*
- Une **politique d'intégration des collaborateurs** qui inclut la découverte de l'offre SNAT, et **l'octroi de gratuités en cours) de saison** pour les encourager à découvrir et faire découvrir l'offre.
- Dans ses déplacements « hors les murs », **l'Office de Tourisme est allé à la rencontre des habitants sur tout le territoire**, et a pris + de 1500 contacts, pour diffuser largement les propositions de SNAT.

Enjeu 3 : Améliorer l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap

- Déploiement du **livret FALC** (Facile à Lire et à compter) au sousmarin Espadon.
- **Visite inclusive** des Chantiers de l'Atlantique, pour du public entendant et malentendant avec traduction LSF (Langue des signes française).
- Prise de contact avec l'Agefiph pour un diagnostic interne sur l'**emploi des personnes en situation de handicap** et l'accessibilité des postes de travail.

Enjeu 4: La qualité de vie et des conditions de travail comme levier d'efficience et d'épanouissement

- **Baromètre social** : 1ère diffusion à l'automne 2025 avec un taux de réponse de 80%, et l'émergence de pistes de réflexion qui nourrissent les échanges.
- **Protection contre la chaleur** à l'Écomusée avec l'installation de stores performants.
- Affirmation et renforcement d'une **politique d'animation interne**, à la croisée du Comité Technique (CoTech RSE) et du « Comité des fêtes », pour faciliter l'organisation des temps conviviaux internes.

Enjeu 5 : réduire nos consommations énergétiques et nos émissions de Gaz à Effet de Serre

- **Meilleure communication sur le demitarif mobilité**, et accroissement des ventes avec ce tarif en 2025 par rapport à 2024 (sur présentation d'un billet de bus ou train).
- Utilisation quotidienne des **vélos et trottinettes** pour les **déplacements intrasites.**
- Ajout par l'Agglo sur demande de SNAT de 17 agrafes vélos permanentes et de 3 agrafes vélo provisoires à la base sousmarine.
- Installation de **radiateurs pilotés** au Siège et au Kiosque 8.

Enjeu 6 : réduire nos déchets et gérer les déchets résiduels

- **Compost** mis en place au Siège administratif et à la Base Sousmarine, en partenariat avec Olygéo (plateforme de collecte locale et de compostage et revente aux agriculteurs locaux) + Les Cargos (enlèvement à vélo).
- Travail avec l'Agglo sur **le tri des déchets** issus du Chantier des collections.

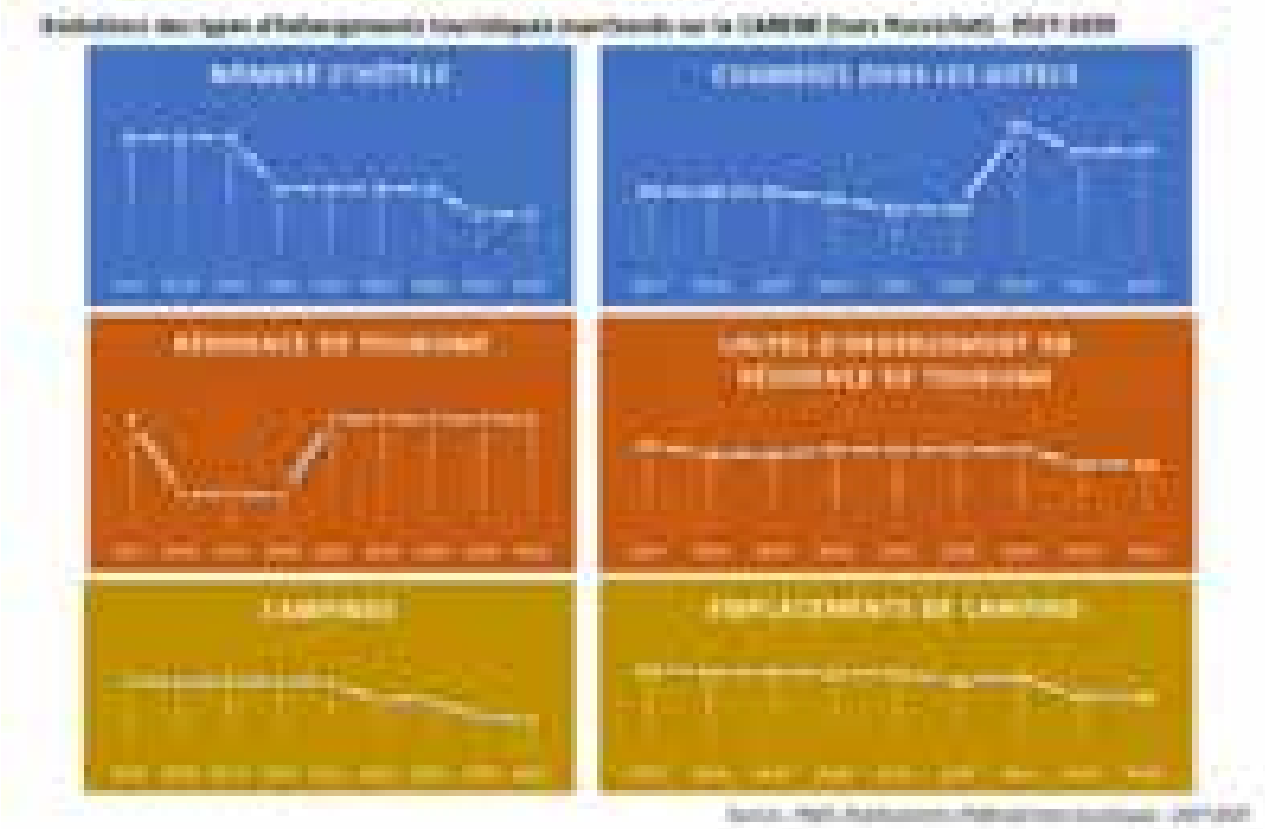


Visite inclusive des Chantiers de l'Atlantique avec traduction en langue des signes.

8. Tableau de bord des indicateurs touristiques

8 Evolution du parc des hébergements







8.2. Évolution des nuitées recensées pour le calcul de la taxe de séjour à SaintNazaire (tout hébergement marchand) :

Année	Nuitées	En €	Nuitées	En €	Nuitées	En €
	SaintNazaire	SaintNazaire			Trignac	Trignac
2025	***En cours***	***En cours***	25.078	21.690 € (dont 10% taxe add. dép.)	119.055	152.674 € (dont 10% taxe add. dép.)
2024	475.187	761.532 € (dont 10% taxe add. dép.)	22.219	19.313 € (dont 10% taxe add. dép.)	120.365	151.600 € (dont 10% taxe add. dép.)
2023	506.912	534.945 €	26.100	21.120 €	117.948	134.532 €
2022	491.736	537.058 €	22.949	10.697 €	124.850	143.140 €
2021	333.747					
2020	258.503					
2019	354.240					

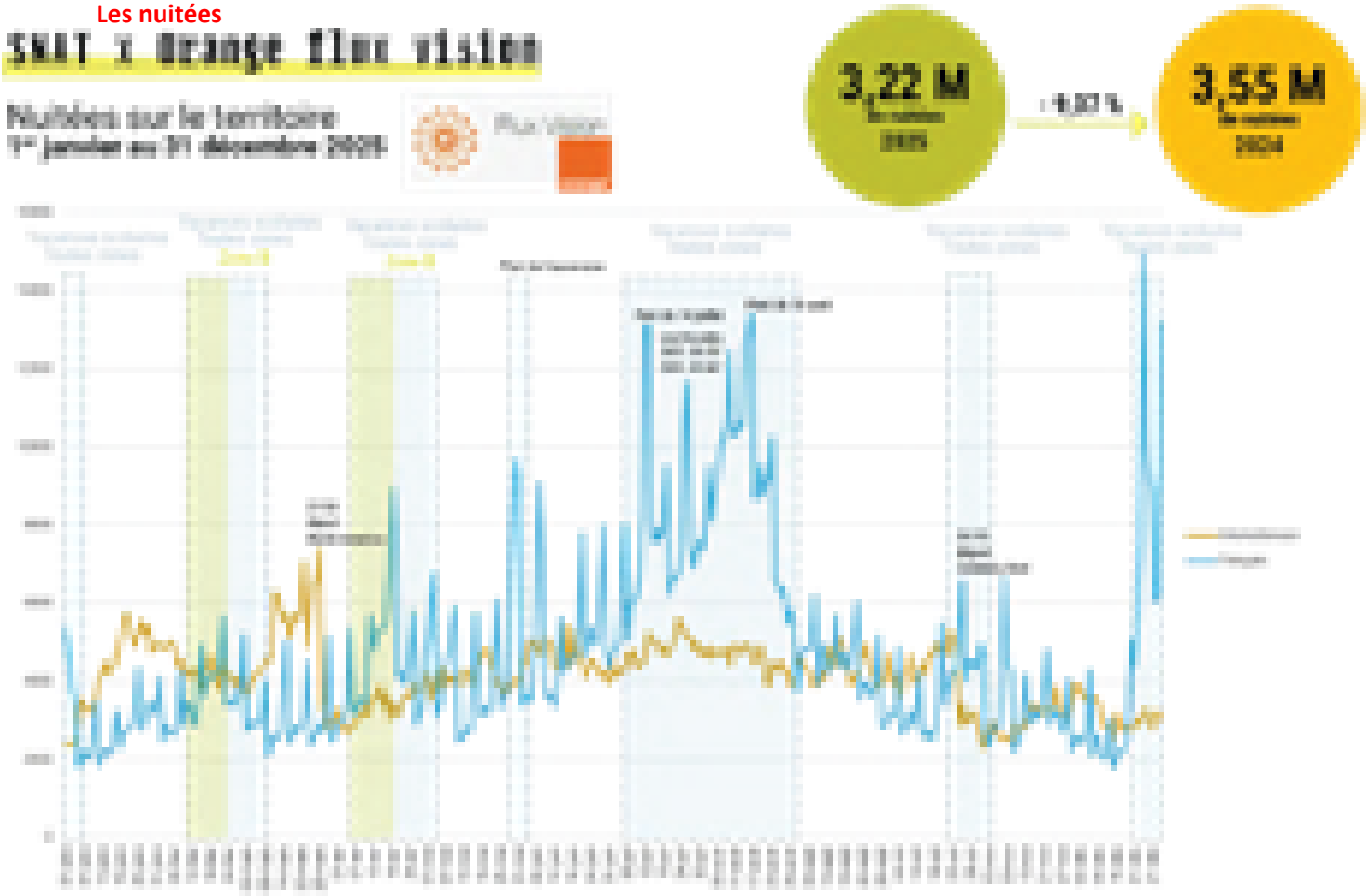
A partir de 2024, une taxe additionnelle de séjour est appliquée par le Conseil départemental de LoireAtlantique.

Désormais la taxe collectée via les plateformes de réservation comme AirBnB, Booking est collectée et reversée par cellesci aux collectivités.

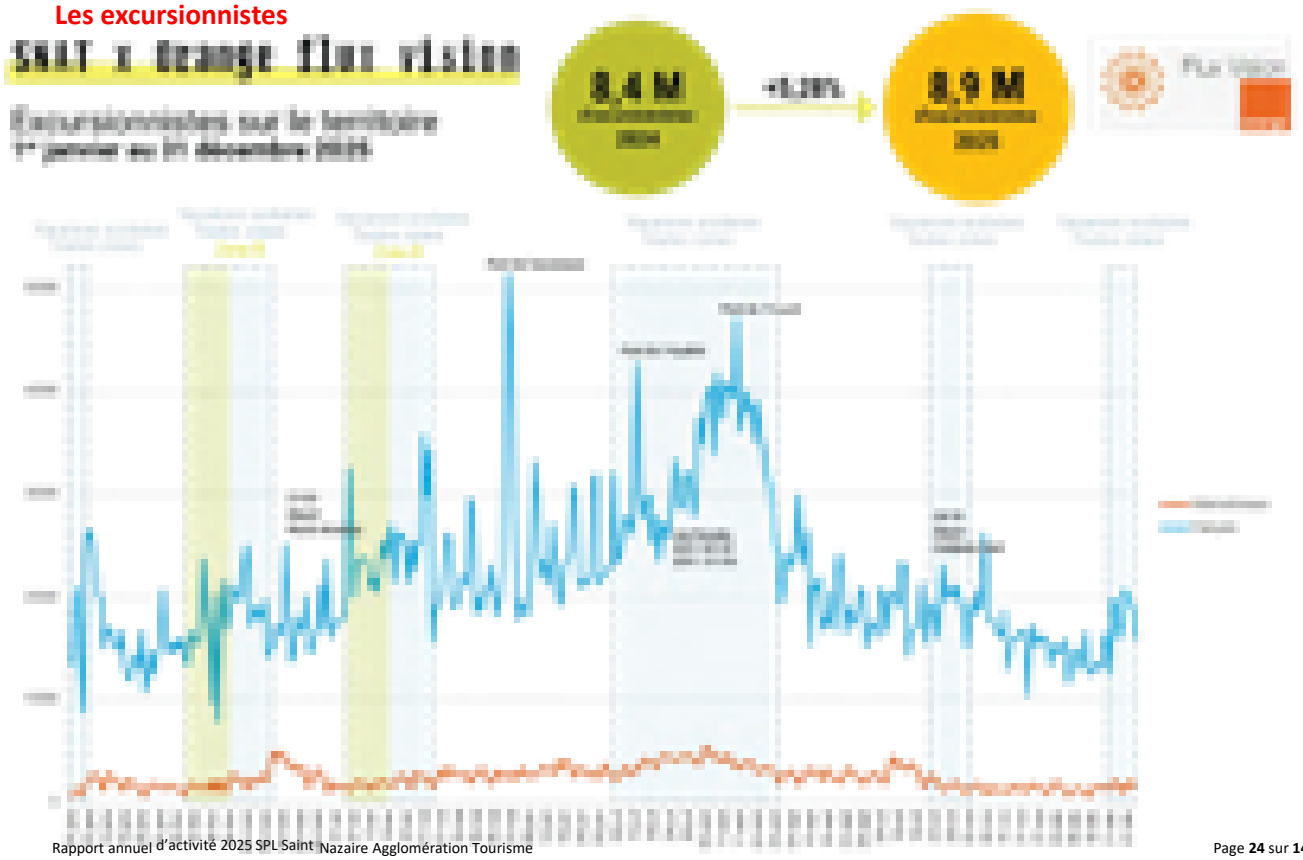
8.3 Observation des flux touristiques via Orange Flux vision

Un dispositif d'observation des flux touristiques sur le territoire de l'Agglomération de SaintNazaire est établi avec la solution Orange Flux Vision Tourisme. Il permet de comptabiliser les nuitées et les excursionnistes sur le territoire de la CARENE (hors Pornichet).

Les nuitées



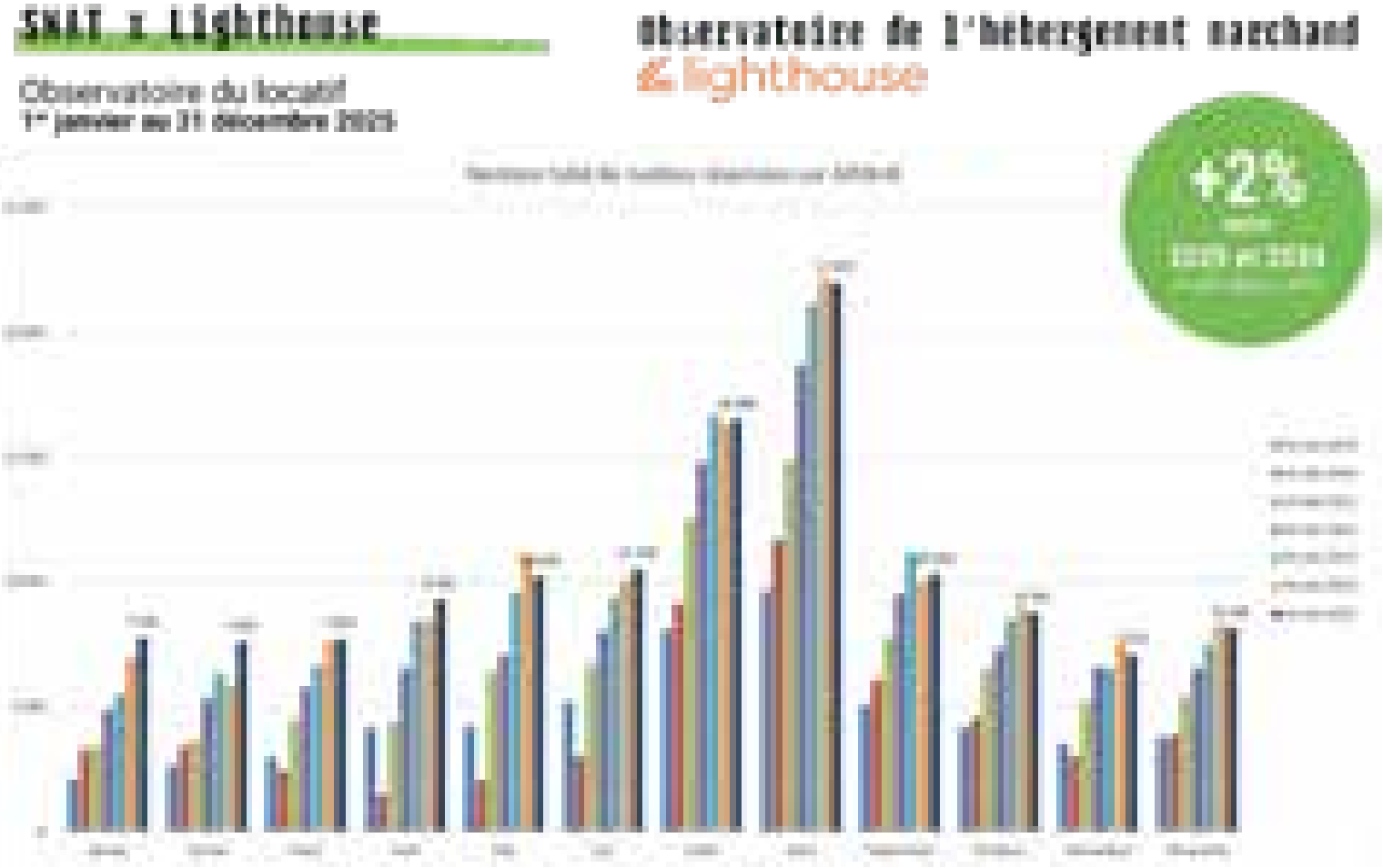
Les excursionnistes

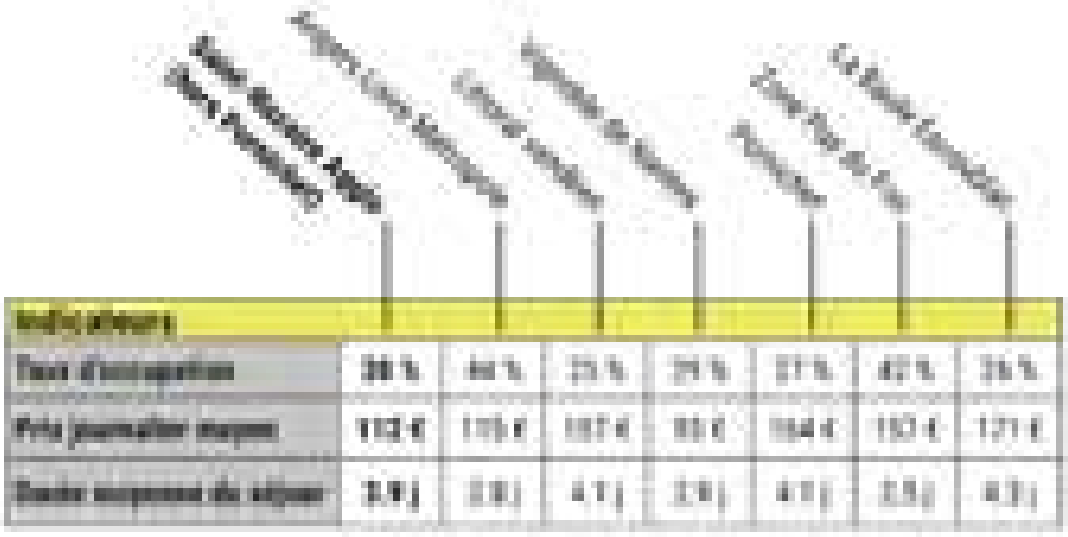


8.3. Observatoire de l'hébergement marchand de la destination

Cette solution, *Lighthouse*, permet d'accéder aux données de trois plateformes locatives sur le territoire : AirBnB, AbritelHomeaway et Booking.



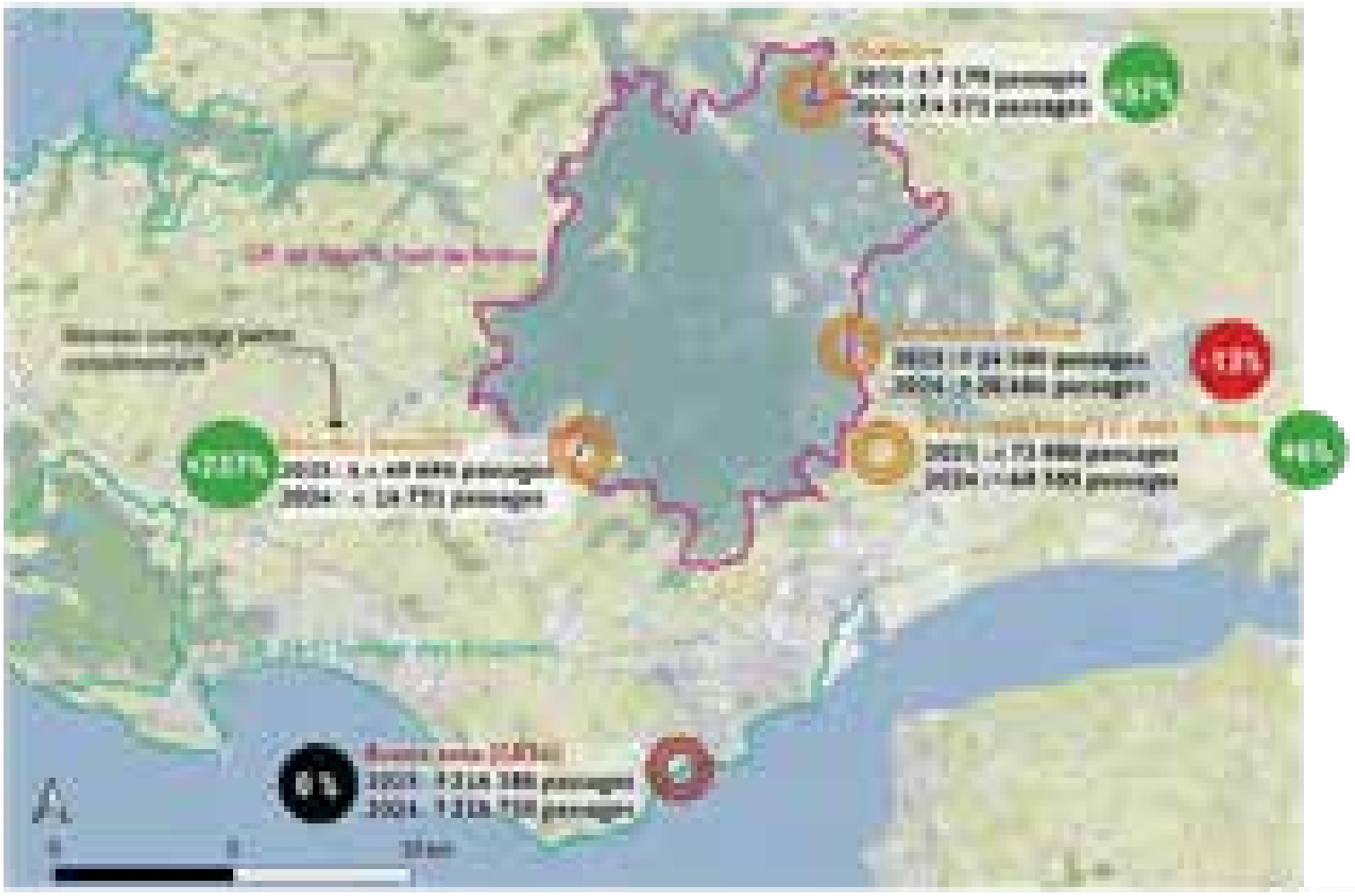




Indicateurs							
Taux d'occupation	38 %	60 %	25 %	29 %	27 %	42 %	26 %
Prix journalier moyen	112 €	175 €	107 €	93 €	164 €	150 €	171 €
Durée moyenne du séjour	3,9 j	3,8 j	4,1 j	3,9 j	4,1 j	3,5 j	4,3 j

8.4. Fréquentation des écocompteurs

Une sélection de 5 ecocompteurs (sur 15) installés par SaintNazaire Agglomération pour mesurer les passages (vélo, piéton et cavaliers) sur les itinéraires de randonnées et de cyclotourisme du territoire.



9. Atelier de déploiement dédié à l'Intelligence Artificielle : Lab'IA

En 2025, SNAT a franchi un cap en lançant un ***Lab'IA interne***, pensé comme un dispositif transversal au service des équipes.

L'idée fondatrice : s'approprier l'IA à partir de besoins concrets, sans attendre des solutions "clé en main", en testant nousmêmes ce qui apporte (ou non) de la valeur au quotidien. Cette démarche a été structurée autour ***d'ateliers transversaux***, avec une logique "test & learn", afin d'identifier les cas d'usage réellement utiles et les conditions de déploiement réalistes.

Un point important : le Lab'IA a été conçu comme un cadre d'expérimentation encadré, en évitant les usages dispersés et non maîtrisés et en renforçant une culture commune (méthode + règles + retours d'expérience). Chaque membre dispose d'un outillage (licences) permettant d'ancrer rapidement l'IA comme un outil de travail dans les pratiques.

Une charte d'usage (socle commun)

Pour sécuriser et harmoniser les pratiques, une Charte de respect d'usage de l'IA a été créée (juin 2025) et sert de référence interne. Elle pose notamment :

- un cadre strictement professionnel (l'IA assiste, sans se substituer à l'humain)
- le respect des lois et régulations (référence explicite à l'AI Act) + principes de souveraineté / sécurité / dignité
- un périmètre d'accès: M365 Copilot accessible à tous, IA avancées / expérimentales réservées au Lab'IA ou sur demande motivée
- des exigences de partage / transparence (documenter les résultats)
- des principes fondamentaux : l'humain reste décisionnaire, vérification des sources indispensable, mention pour les productions destinées aux publics, traçabilité

Les POC retenus à mettre en place en 2026 : 5 "agents" structurants

Les ateliers ont permis de retenir une feuille de route de POC (Proof of Concept / Preuve de Concept) à valeur opérationnelle, avec une logique d'agents spécialisés :

1. POC 1 – Agent IA Général (Accueil & traitement de demandes simples) : réponse de 1er niveau par email et/ou vocal, classification, préréponses, escalade vers humain, connecteurs email/boîte vocale/CRM/système visites.

2. POC 2 – Agent IA RH (Onboarding & vie du collaborateur) + TAFF : automatisation de tâches RH (dossier, plannings, FAQ) et automatisation de tâches récurrentes Tourisme d'Affaires (création de dossiers/fichiers à partir du planning).

3. POC 3 – Agent IA Patrimoine (analyse documentaire & iconographique) : indexation SharePoint, nettoyage thésaurus, analyse sémantique + suggestion d'images + résumés des fonds, connecteurs SharePoint / base iconographique / logiciels métiers.

4. POC 4 – Agent IA Transversal (rédaction & contenus): aide à la rédaction (mails / rapports), traduction, génération de visuels, relecture, synthèse, modèles types.

5. POC 5 – "IA & référencement narratif": comprendre comment faire en sorte que la destination soit correctement reprise par les IA grand public, en privilégiant nos données fiables et cohérentes.

Poursuite et préparation du passage à l'échelle

Le bilan d'octobre 2025 acte qu'il faut désormais engager la structure pour déployer l'IA, avec, au choix, un diagnostic interne par pôles (temps dédié) ou l'appui d'un expert externe, et la préparation de consultations/cahiers des charges sur des lots concrets (notamment téléphonie et emails grand public).

En 2025, le Comité Départemental du Tourisme de LoireAtlantique a retenu et notifié son soutien à une partie de nos POC dans le cadre d'un concours. La mise en œuvre opérationnelle et l'accompagnement associés se dérouleront en 2026, dans la continuité du cadrage et des ateliers menés au sein du Lab'IA.

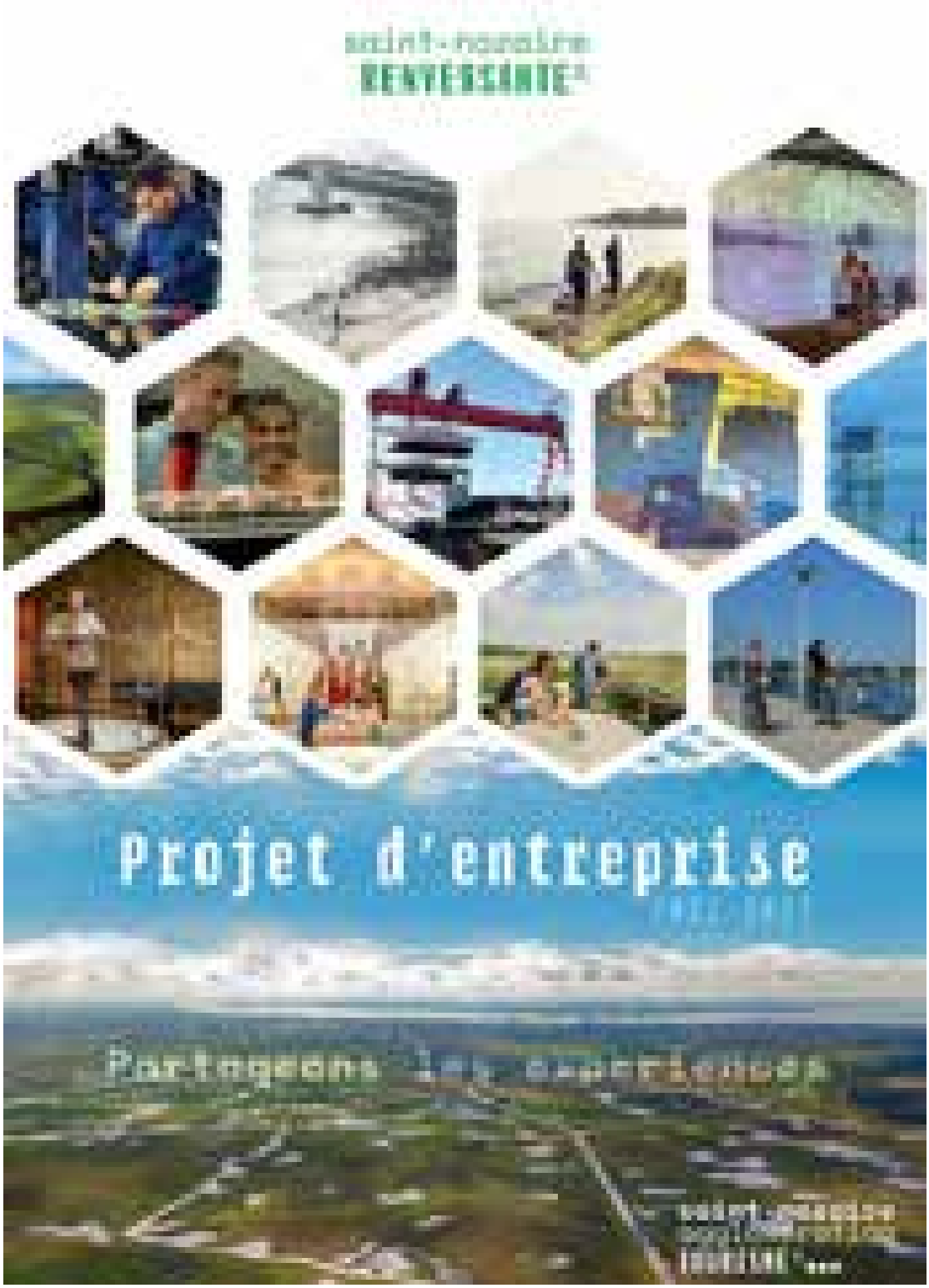


II - Les informations requises par la DSP



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

Projet d'entreprise de la SPL SNAT
20
22



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

L'année 2025 a été abordée avec de nouvelles grandes ambitions en termes de fréquentation et de satisfaction du public. En effet, pour la 4ème année consécutive, l'objectif de fréquentation payante était supérieur à 300.000 visiteurs (objectif de 326.239 visiteurs pour cette saison 2025). Cet objectif a toutefois été revu à la baisse par rapport à l'année précédente (- 19 336 visiteurs). Face aux nouvelles contraintes budgétaires, nous avons dû innover avec agilité afin de maintenir le réel intérêt du public pour notr e territoire, notre destination et notre offre de visites. De ce fait, en lien avec l'observation constante des comportements de visiteurs, nous avons réfléchi à un nouveau calendrier d'ouverture au public. Ainsi, dans un premier temps, nous avons organisé l'ouverture de nos sites dès 9h30 chaque matin (au lieu de 10h) sans aucun impact sur la ressource humaine. Nous avons ainsi pu proposer 3 créneaux de visite supplémentaires par site soit une capacité d'accueil supplémentaire par jour de 285 visiteurs. Dans un second temps, par souci d'économie des ressources, nous avons ajusté le calendrier d'ouverture de l'Ecomusée en le fermant au grand public les lundis et mardis hors période scolaire bien évidemment. En effet, les vacances scolaires sont cruciales pour notre activité avec plus de 70% de nos visiteurs qui découvrent l'ensemble de notre offre au cours de cette période.

Lors de la saison 2025, 332.748 visiteurs ont été accueillis (dont 308.450 visiteurs payants). C'est donc la 3ème année consécutive où plus de 300.000 visiteurs ont pu découvrir ou redécouvrir l'offre touristique et patrimoniale de SaintNazaire Renversante. Seuls 15 sites touristiques en Pays de la Loire, Bretagne et Normandie atteignent ou dépassent ce chiffre de fréquentation, preuve de l'attractivité du territoire et du très haut niveau de qualité et d'exigence des équipes de SaintNazaire Agglomération Tourisme. Comme l'année précédente, le public accueilli a été majoritairement et largement composé de visiteurs individuels puisque la fréquentation des groupes n'a représenté que 16.20 % de la fréquentation totale (- 1.30% par rapport à 2024). Parmi cette clientèle en groupes, 47.85 % étaient des scolaires (+ 8.35% par rapport à 2024). Malgré cette baisse, il faut noter la réalisation par l'Agence de Voyages 163 forfaits avec déjeuner (+15% par rapport à 2024) et 138 forfaits avec location d'autocar (+6% par rapport à 2024). De même, il faut noter que 93.61% de nos visiteurs sont français. Parmi eux, 1/3 est originaire de LoireAtlantique. Pour la seconde année consécutive, les visiteurs allemands sont les touristes étrangers les plus nombreux, devant les Belges et les Britanniques. Au total, ce sont plus de 94 nationalités qui ont été accueillies sur nos sites de visite.

Trois faits majeurs relatifs à la fréquentation de nos sites se sont déroulés au cours de l'année 2025, démontrant l'attractivité des visites de savoirfaire. La visite du Grand Port Maritime en autocar (3.706 visiteurs) et les croisières (11.400 visiteurs) ont battu un record de fréquentation depuis leur création en 2007. De même, jamais autant de visiteurs n'avaient découvert les Chantiers de l'Atlantique depuis l'année record de 2003 marquée par la construction du Queen Mary 2 (56.170 visiteurs en 2025).

Le protocole d'exploitation défini depuis la rédaction et la diffusion du Plan de Reprise d'Activité en mai 2020 n'a pas été abandonné. Ainsi, le principe d'exploitation permettant la visite des sites Escal'Atlantic, sousmarin Espadon, EOL centre éolien et Ecomusée de SaintNazaire 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.

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

. La qualité

> Toutes les visites SaintNazaire Renversante disposent d'un label Qualité. Le 12 décembre 2025, les visites de savoirfaire Airbus Atlantic, Chantiers de l'Atlantique et Grand Port Maritime NantesSaintNazaire ont été officiellement labellisés Destination d'Excellence. Les audits réalisés lors des précédentes vacances de la Toussaint présentent un taux de conformité global supérieur à 90% pour le pilier qualité (93.85% pour les Chantiers de l'Atlantique // 94.30% pour le Grand Port Maritime // 96.32% pour Airbus Atlantic) et supérieur à 70% pour le pilier écoresponsable (73.08% pour l'ensemble des visites). Notre adhésion à la démarche Destination d'Excellence™ témoigne de notre engagement dans une démarche de progrès afin de satisfaire notre clientèle et d'améliorer la compétitivité de notre destination et bassin de vie. En avril 2026, ces sont les 4 sites de visite Escal' Atlantic, Sousmarin Espadon, Eol centre éolien et Ecomusée de SaintNazaire qui seront audités. En attendant, Ils disposent toujours du label Qualité Tourisme.

. La sécurité

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

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

La Commission Communale de Sécurité pour Escal' Atlantic s'est déroulée le lundi 8 décembre 2025. Elle a rendu un avis favorable et a souligné la grande rigueur avec laquelle été exploités ce site de visite, aussi complexe soitil d'un point de vue sécuritaire et infrastructurel.

* ERP : Etablissement Recevant du Public

Focus sur le tourisme d'affaires en 2025

L'activité de tourisme d'affaires a atteint et dépassé l'objectif de chiffres d'affaires grâce à la stratégie commerciale mise en œuvre depuis 2 ans axée sur la création d'une base de données solide, un démarchage intensif, une présence plus accrue sur les réseaux, une offre personnalisée, la mise en œuvre d'un support de communication adapté et le dynamisme du bassin de vie.

Depuis, le creux évident lié à la pandémie de Covid19 en 2020 et 2021, l'activité a connu une progression de CA de 270%.



Bilan commercial annuel VS 2024

	2024	2025
Nombre d'événements réalisés	61 pour 9996 participants	62 pour 5491 participants
CA HT réalisé	552 000€	464 923€
Pourcentage de marge brute	95.24%	91.34%
Nombre de propositions non abouties	54	57
CA non réalisé	359 447€	425 466€
Raisons principales d'annulations	70% autre destination 30% Entreprise	

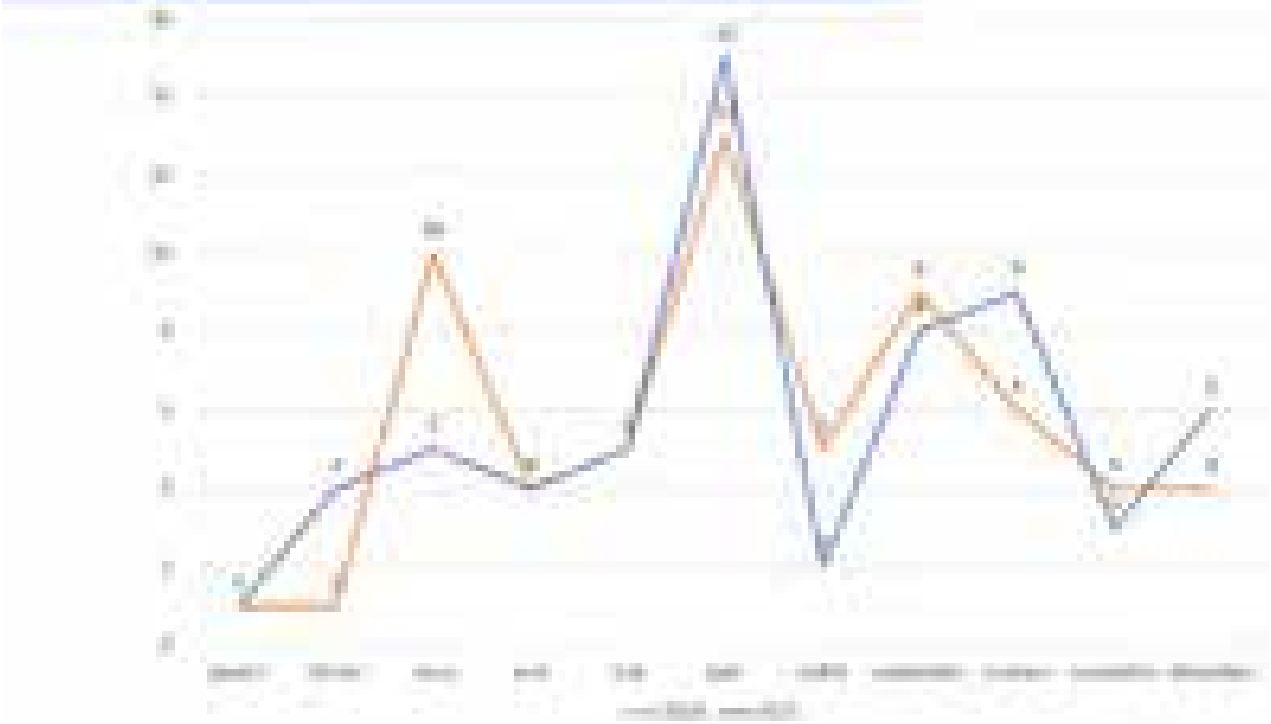
Typologie de clientèle sur 62 dossiers VS 2024

	2024	2025
Entreprises	16	30
Collectivités publiques	17 (dont 10 gratuités de salle, valeur 14 150€)	18 (dont 8 gratuités de salle, valeur 10 300€)
Associations	8	14
Agences événementielles	3	5

Provenance géographique des clients



Périodicité des évènements 2025 VS 2024



Visites incluses sur 62 events

	2024	2025
Escal'Atlantic	8 events	19 events soit 1780 pax
Chantiers de l'atlantique	1 events	14 events soit 843 pax
Croisières paris dollars	2 events	8 events soit 926 pax
Airbus	2 events	2 event soit 85pax
Centre EDL	0	1 event soit 51 pax
Espadon	2 events	3 event soit 94 pax
Escapade	0	1 event soit 51 pax
Grand Port	0	1 event soit 20 pax
Total	15 events	49 events avec visites et 3850 visiteurs

La fréquentation des sites et des visites 2025

La fréquentation totale de 2025 atteint 332.748 visiteurs, soit un chiffre quasiment conforme aux objectifs initiaux inscrits dans le Projet d'entreprise. La fréquentation payante est toutefois inférieure à l'objectif initial de 5,5% (- 17.789 visiteurs).





La saison estivale 2025 est la troisième période la plus fréquentée depuis l'année 2000 après les saisons estivales 2003 et 2023.

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 sousmarin Espadon (plus de 90% de taux de remplissage au cours de la saison estivale), l'excellent score de fréquentation des Chantiers de l'Atlantique et du Grand Port Maritime NantesSaintNazaire, le succès des visites Patrimoine sont autant de facteurs expliquant cette excellente fréquentation estivale.

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. L'ouverture de nos sites dès 9h30 chaque matin (au lieu de 10h) sans aucun impact sur la ressource humaine en est le meilleur exemple.

La mise en œuvre du logiciel de vente Secutix 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.saintnazairetourisme.com. 73% des visiteurs des Chantiers de l'Atlantique, Airbus Atlantic, Grand Port Maritime et croisières ont ainsi acheté leur billet en ligne. Toutefois, 60% des visiteurs d'Escal'Atlantic, sousmarin Espadon, Eol centre éolien et Ecomusée de SaintNazaire ont acheté leur billet au guichet.

Comparatif de fréquentation payante 20092025



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

Chiffres d'affaires et marges



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

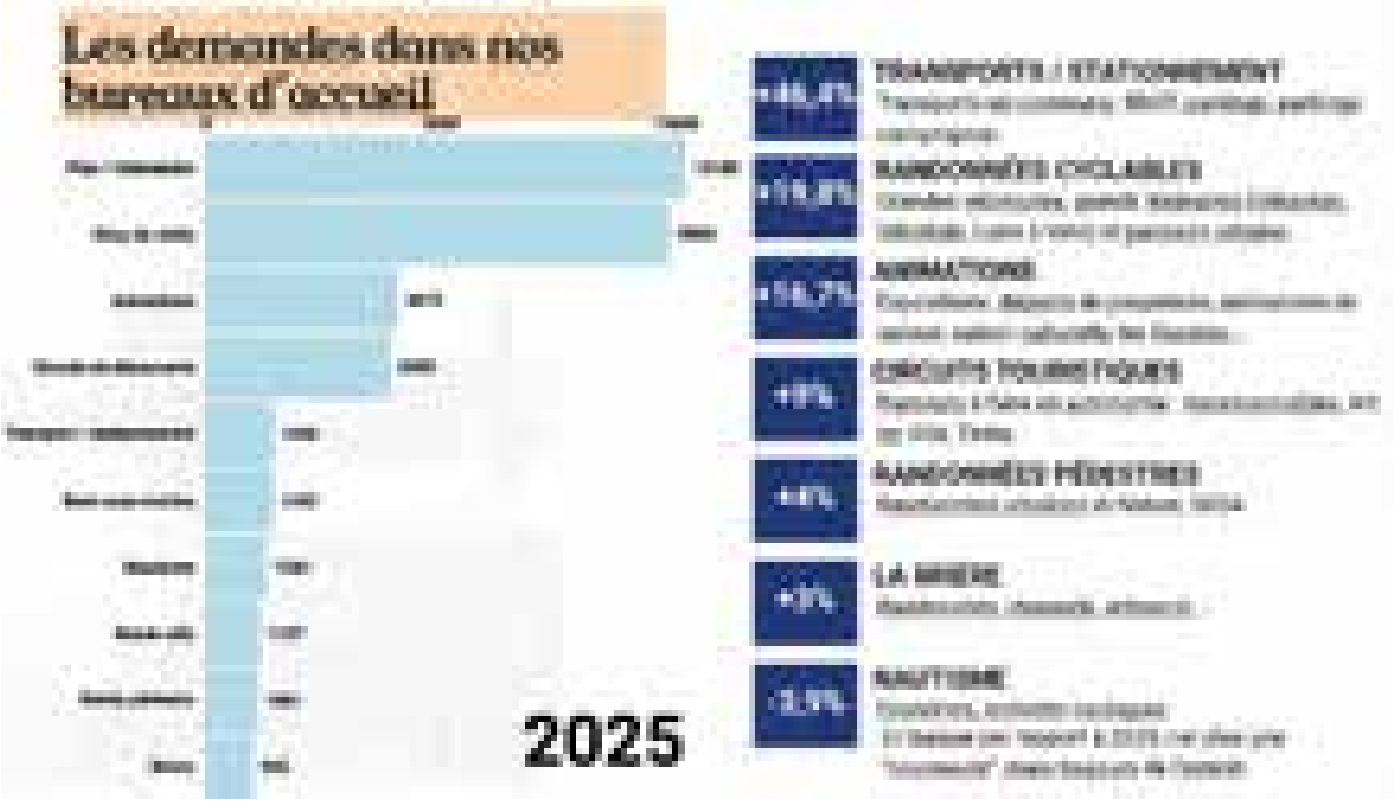
4.1. Les activités de l'Office de Tourisme intercommunal

4.1.1. La fréquentation 2025.






La fréquentation de l'OTI (Base S/M et Tuzy) en 2025
61 216
1 179
89 %
11 %
17,14 %
des visiteurs internationaux
2,81 %
2,43 %
1,81 %
0,97 %
0,91 %
des visiteurs par région
1. Pays de la Loire : 80 %
2. Bretagne : 11 %
3. Île-de-France : 3 %
4. Auvergne-Rhône-Alpes : 2 %
5. Nouvelle-Aquitaine : 1 %


Les demandes dans nos bureaux d'accueil
2025
TRANSPORTS / STATIONNEMENT
RANDONNÉES CYCLABLES
ANIMATIONS
CIRCUITS TOURISTIQUES
RANDONNÉES PÉDESTRES
LA BRIÈRE
NAUTISME

L'année 2025 s'inscrit comme une année de réflexion stratégique et d'analyse.

Dans un contexte marqué par des restrictions budgétaires annoncées fin 2024, par l'évolution des attentes des visiteurs et par une diversification croissante des offres, une attention particulière a été accordée à l'analyse des publics et à l'identification des services à forte valeur ajoutée contribuant à la qualité de l'accueil. Ces travaux ont conduit à une première réorganisation des modalités d'ouverture au public, fondée sur une optimisation des ressources humaines disponibles.

Le choix de privilégier un accueil téléphonique et par courriel durant la période la plus creuse (de novembre à janvier, hors vacances scolaires) s'est révélé pertinent. Cette organisation a permis de dégager du temps pour renforcer les partenariats avec les acteurs du territoire, expérimenter de nouvelles activités et développer des échanges de pratiques avec les Offices de Tourisme partenaires (Pornic, Vignoble nantais, Nantes).



@laurencegras

Le TinyOffice de la Chausée neuve n'a pas été concerné par ces ajustements. Ses périodes d'ouverture au public étant d'ores et déjà optimisées au regard des usages observés (+12% actes de renseignements en 2025).

4.1.2. Sorties hors les murs

Les sorties hors les murs permettent des actions ciblées auprès de publics variés.

La Méhari continue de dégager un capital sympathie. Lors des premières sorties au printemps, elle est souvent associée au démarrage de la saison touristique.

Depuis 3 années, la livraison des documents aux socioprofessionnels du territoire s'effectuent en Méhari (180 établissements ont été visités en 2025). Nous l'associons sur certaines journées, à des marchés locaux, notamment lors de la période qui précède les vacances de Pâques, ce qui permet également d'approcher les habitants et de leur partager nos bons plans et nouveautés.

En saison estivale, le marché de SaintMarcsurMer par exemple, nous permet de rencontrer vacanciers et habitants, pas moins de 100 actes de renseignements sont recensés sur les dimanches d'août.

Notre expérience des grands événements du territoire nous permet désormais de bien connaître les publics qui les fréquentent. Aussi adaptonsnous notre stand et nos propositions en fonction, pour mieux éveiller leur intérêt aux différents atouts du territoire. Communiquer sur les attraits de la mobilité douce lors de CÔT NATURE à SaintNazaire, rencontrer les habitants des communes du Parc Naturel Régional de Brière et échanger avec les artisans lors de la Fête de l'Eau à Pontchâteau, et du Festival de la vannerie de la Chapelle des Marais. La Fête des chalands fleuris est un incontournable dont les entrées sont revendues sur nos points d'accueil. En tout, ce sont pas moins de 20 actions menées en 2025 soit 700 actes de renseignements au total.

4.1.3. La programmation des activités et des services

Présence auprès de nos partenaires et collectivités



Les actions initiées ces 2 dernières années ont été poursuivies, il s'agit de :

L'ETE A ST NAZAIRE en partenariat avec la Silène pour apporter de l'information touristique au plus près de habitants des quartiers (la Chesnaie et la Bouletterie cette année). La date de ce rendezvous étant au plus près de l'été, la programmation de Coté Plage est largement proposée et expliquée.

Les accueils étudiants auprès du CESI, O'CAMPUS au côté de la Source, la participation au SALON TRAJECTOIRE. Ces nouveaux habitants découvrent ainsi les activités de loisirs et culturelles que proposent le territoire, tout comme les parcours pédestres.

Les cérémonies d'accueil des nouveaux habitants organisées par la mairie de SaintNazaire et l'Accueil des Villes Françaises.

De nouvelles actions ont également pu être initiées :

Quartier en fêtes à la Berthauderie et la Tréballe auprès du Service médiation prévention délinquance. Peu de contact sur cette action mais les échanges permettent de faire connaitre l'office de tourisme et son activité.



Nouveautés proposées en 2025 :

- Un partenariat exclusif avec le club Philatélique de SaintNazaire pour la mise en vente du timbre de collection et des enveloppes à l'occasion du 80e anniversaire de la Libération de la Poche de SaintNazaire,
- Des sorties nature sur le littoral nazairien dont une première intitulée « Chasse au trésor ». Ce sont 4 propositions d'activités qui ont pu être proposées sur le littoral nazairien à Pâques et aux vacances d'Octobre en partenariat avec Echos Nature.
- La signature d'une convention avec Mouette & Sea qui, bien que situé à Pornichet désormais à souhaiter renouveler le partenariat pour répondre à la demande croissante de sorties en mer.
- L'entrée de la destination dans le jeu « CIRCINO » sur la LoireAtlantique, avec un trésor à découvrir sur les communes de SaintMalo de Guersac et de SaintNazaire.
- Au Tiny Office : mise en vente du livre de photos d'oiseaux « Les Marais Briérons vus par un chasseur d'images complice ».

Quant aux produits dits de boutiques :

Le Top 5 Boutique

- Tickets bus STRAN : 213 ventes
- Carte parking + Forfait Tourisme + : 199 ventes
- Plan Blay Guides Saint Nazaire/La Baule : 106 ventes
- Carte Saint Nazaire à la Belle Epoque : 94 ventes
- Timbre + enveloppe pour le 80e anniversaire de la Libération de la poche : 80 ventes

Le Top 5 Billetterie

1. Croisière Estuaire : 188 billets
2. Visites SNAT : 175 billets
3. Océanium du Croisic : 77 billets
4. Terre de Sel : 68 billets
5. Echos Nature : 60 billets

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. Plus de 600 professionnels reçoivent des newsletters et invitations diverses aujourd'hui.

Les Reversant.es sont réunis à notre initiative une fois par an chez l'un de ses membres, généralement récemment installé sur le territoire, c'était le restaurant le KILY BEACH qui nous accueillait. Le rendezvous s'effectue généralement début d'année, afin de partager les chiffres et les enseignements de l'année écoulée et de permettre de préparer les actions à venir, temps forts à l'appui.





L'année 2025 a été marquée par un **travail de terrain assez soutenu**, auprès des acteurs, notamment de l'hébergement et de la restauration puisque de nouveaux établissements ont ouverts.

Pour exemple : l'ouverture de **l'Auberge du Poul**pe créée en avril dans le bâtiment de l'association spécialisée dans l'éducation populaire Ceméa qui vient diversifier l'offre à des tarifs accessibles en cœur de ville, la rencontre avec plusieurs **conciergeries locales**, certaines ayant pris l'initiative de nous contacter pour se présenter.

Les acteurs des **mobilités douces** ne sont pas en reste, avec l'émergence ou la structuration de plusieurs acteurs :

- Location et réparation de vélos musculaires et électriques en centreville,
- Offres vélo structurées en cœur de ville et en Brière.

Ces dynamiques répondent à une **demande touristique croissante**, notamment pour les séjours à vélo.

L'Office de tourisme s'est également impliqué dans des actions à portée régionale, notamment à travers la participation au **Grand Jeu Concours des 20 ans de la Loire à Vélo**, avec une mobilisation réussie des socioprofessionnels labellisés Accueil Vélo proposant de quoi effectuer un séjour sur 2 jours sur la destination.

Cette année marque aussi la prise de fonction de **référente Accueil Vélo**, en lien avec LoireAtlantique Développement. Le **musée de la Marine en bois du Brivet** a obtenu le label Accueil Vélo en 2025, avec un accompagnement actif de l'Office de tourisme.

Le temps consacré aux rencontres directes avec les socioprofessionnels produit des résultats concrets :

- Meilleure qualité de l'information circulant,
- Meilleure diffusion des offres,
- Relations de confiance installées.

4.1.5. Les GREETERS SAINTNAZAIRE

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 gracieuses. A SaintNazaire un groupe a été constitué sur l'impulsion de l'Office de Tourisme intercommunal afin d'adhérer au mouvement international des Greeters. Le groupe compte un nouveau greeter depuis le mois de février. Il a permis d'ouvrir une thématique non explorée à ce jour : un parcours autour des vignettes de TINTIN, avec l'aval de l'Association des 7 soleils.

5 greeters ont fait l'objet d' articles dans la presse cet été .



Saint-Nazaire et sa région

En balade avec Patrick Warin sur les traces de Tintin

Greeters

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

2025 : l'année de bascule vers le nouveau label national Destination d'Excellence.

Le label « Destination d'Excellence » a été lancé en 2024 par Atout France pour remplacer progressivement le label « Qualité Tourisme ». Toujours destiné à valoriser les professionnels du secteur touristique engagés dans la démarche qualité, il ajoute un fort volet durable et responsable :

- Accessibilité : Prise en compte des besoins des personnes en situation de handicap.
- Écoresponsabilité : Engagement envers des pratiques respectueuses de l'environnement et du développem ent durable.
- Qualité de l'accueil : Exigences élevées en matière de service et d'accueil des visiteurs

L'office de Tourisme situé à SaintNazaire et le Tiny Office situé à SaintAndré des Eaux ont été audités en septembre et labellisés en octobre revalidant ainsi la dénomination de « Commune touristique » pour SaintNazaire.

L'excellent score obtenu sur le pilier Ecoresponsable pour une première labellisation, atteste du bienfondé des **actions menées** par notre structure pour **réduire son impact sur l'environnement**,



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 et en hors les murs sur l'Office de Tourisme mobile, ainsi que par les réseaux sociaux. Le tout constitue un BILAN QUALITE qui est partagé avec différents groupe de travail composant un écosystème vertueux qui permet d'impulser des dynamiques croisées favorables à une qualité de services à l'échelle de la destination. Cet écosystème (Groupe Qualité Destination) 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 SaintNazaire en lien avec SaintNazaire Agglomération, ainsi que l'implication de SNAT dans les différents comités de liaison ou de travail en faveur de la qualité.

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 composent de travailler sur les sujets importants rapportés par le bilan qualité, dans un objectif d'amélioration continue des services et de la destination.

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







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

Pour rappel : un ralentissement de la promotion à l'international avait été validé en 2023 et en 2024 afin de redéfinir une nouvelle stratégie et trouver une nouvelle dynamique.

Lors des dernières réunions du club croisières, les membres ont souhaité reprendre les actions en faveur de la promotion du tourisme de croisière sur notre territoire.

James LECOQ Président sortant du Club croisières, n'ayant pas souhaité renouveler son mandat, Pierre SABOURAUD a présenté sa candidature, qui a été approuvée à l'unanimité.

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 l'évaluation permanente de la satisfaction visiteurs

Pour l'année 2025, l'évaluation de la satisfaction porte sur les expériences de visite suivantes :

- Les 4 sites de visite
- Les 3 visites d'entreprises
- Les visites de la Saison patrimoine
- Les croisières découvertes

Les données sont issues de l'observatoire permanent de la satisfaction :

- Enquête sur borne disponible dans la boutique d'Escal'Atlantic, à l'écluse fortifiée et à l'Écomusée.
- Enquête adressée par mail à chacun de nos visiteurs à l'issue de chaque visite.

En 2025, 7.940 questionnaires ont été complétés contre 7.780 en 2024.



 La satisfaction est également largement suivie depuis le web, essentiellement sur les sites d'avis Tripadvisor et Google. Les avis déposés sont tous lus par le pôle digital de SaintNazaire Agglomération Tourisme. Une attention est systématiquement apportée aux avis et une réponse est formulée si nécessaire.

- **En 2025, nous avons reçu et traité :**

- >> 755 avis sur Google
 >> 90 avis sur Tripadvisor

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

Affichage dans l'espace urbain

Les campagnes d'affichage servent deux objectifs
:
>> L
a notoriété de la destination
.
En 2025, les campagnes d'affichage se sont articulées en plusieurs périodes : en avril pour la promotion de la destination et en février, avril, mai, été, Toussaint et Noël pour la promotion de l'offre de visites.

Nous avons diffusé en 2025, 8 nouveaux visuels conçus entièrement en interne par les équipes créatives : 4 visuels pour promouvoir la destination « SaintNazaire affiche la couleur » et 4 visuels pour promouvoir l'offre de visites.

>> Budget affichage dans l'espace urbain en 2025 : 182.500€ HT



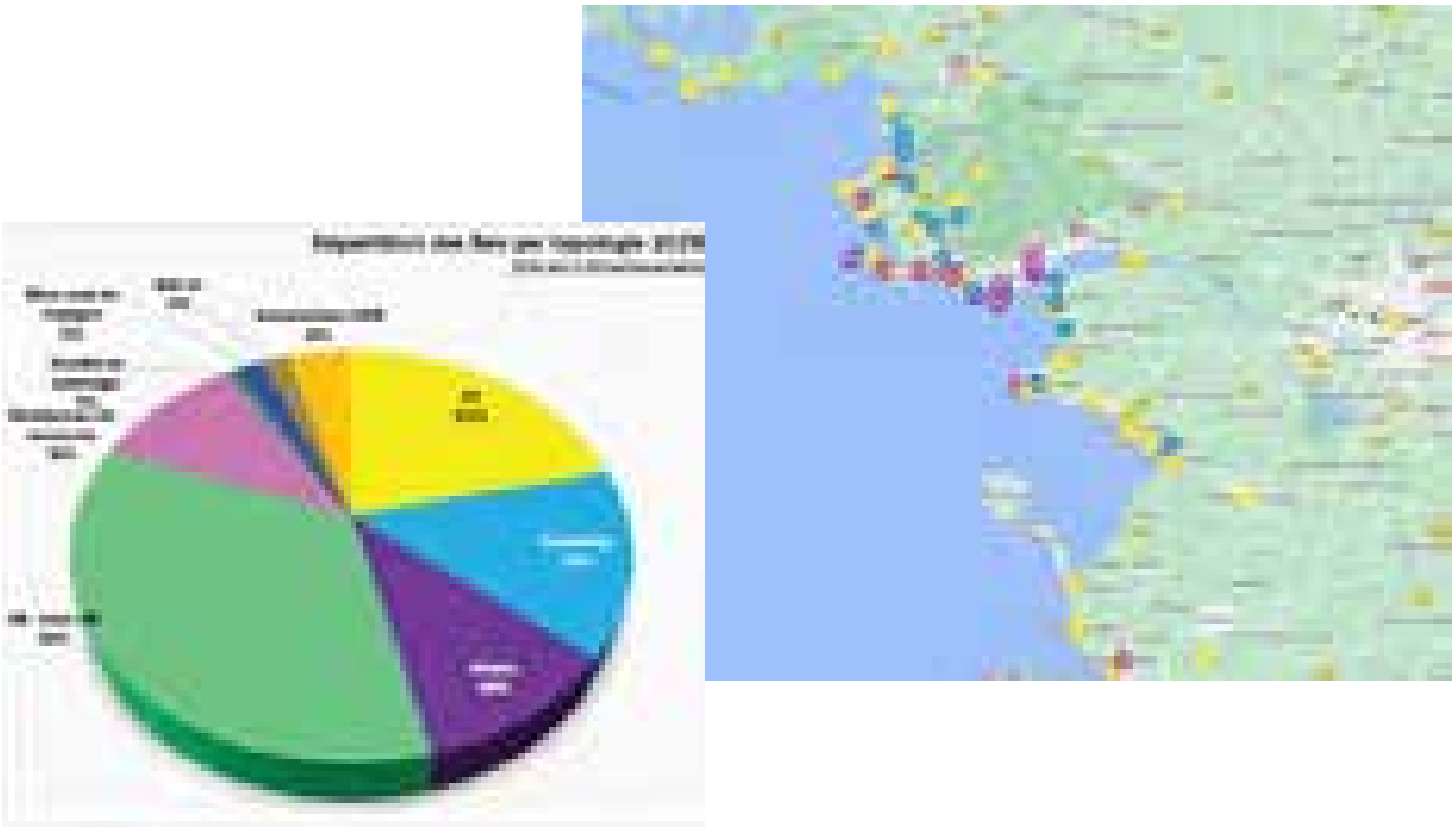


- **Les insertions imprimées – Budget 10.600 € HT**
  - Collaboration avec les Offices de Tourisme partenaires.
  - Insertions dans les supports locaux : HautParleur, Guide UV 44, Guide UV SN (Popamine), Estuaire, Guides Escapades (Echo de la Presqu'île), Guide des Loisirs en Bretagne.
  - Thèmes : visites et Saison patrimoine.
  - Réduction de cet axe d'intervention au profit d'actions digitales.

- **Diffusion des supports de communication grand public – Budget 37.700 € HT**
  - Avec un prestataire « Totem diffusion » :
    - 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.
    - Où : 44 et 49, 85 et 56
  - NOUVEAU en 2025 : un 2ème diffuseur, Andegave, pour une diffusion ciblée de la brochure visites sur le littoral 44 dans un réseau de qualité appelé « Kiosques infos loisirs ».
  - 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 4.350 € HT**
  - **Promotion des visites**
  - **Diffusion** : RCA (2ème radio en termes d'audience dans le secteur de SaintNazaire après France Inter), France Bleu Loire Océan et Europe 2 >> sponsoring météo et météo des plages pour plus d'impact et de valeur ajoutée comparativement à la diffusion de spots classiques.

- **Animation du réseau des partenaires revendeurs :**
  - **139 partenaires revendeurs en 2025** (156 points de revente en tout), soit 10 de plus qu'en 2024. *Voir typologie cidessous*
  - **Chiffre d'affaires généré par la billetterie externe en 2025 : 132.500 € soit une augmentation de près de 5% par rapport à 2024.** 2025 est la meilleure année postcovid.



- **>> Actions de promotion et de communication digitales (budget : 37.000 €)**

En 2025, le digital continue de monter en puissance au sein de SNAT. L'ensemble des indicateurs digitaux démontre 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 quasitotalité 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.
  - 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.
  - **930.000 visiteurs** uniques pour un total de **4 millions de pages vues**.
  - **148.000 billets** vendus en ligne pour un chiffre d'affaires généré en ligne de **1.700.000 €**, soit une progression de 6 % par rapport à 2024.
  - En moyenne annuelle : **63 %** de réservation en ligne.
  - Environ **9 millions** de personnes touchées par Google et Meta et **300.000 clics** générés par les publicités.

Les tops des pages consultées sur le site saintnazairetourisme.com :

1 Chantiers de l'Atlantique
2 Espadon
3 Escal'Atlantic
4 Croisières découvertes
5 Sites de visite
6 Airbus Atlantic
7 Visites industrielles
8 Les visites
9 Écomusée
10 Visite de la base sousmarine

11 Base sousmarine
12 GR 34
13 SaintNazaire et ses plages
14 Top 5 des balades en Brière
15 Parc naturel régional de Brière
16 Découvrir la ville
17 SaintMarc et la plage de M. Hulot
18 Balades en chaland
19 Les quartiers de SaintNazaire

Et dudigitaux côté des partenariats pour encore plus de visibilité :



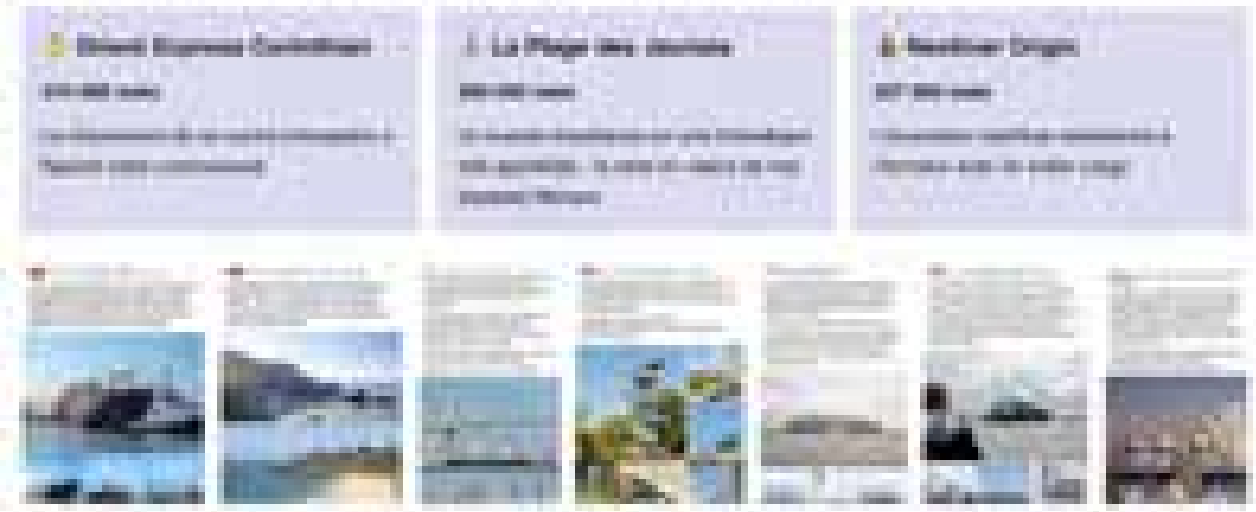
LES RESEAUX SOCIAUX. Une montée en puissance :







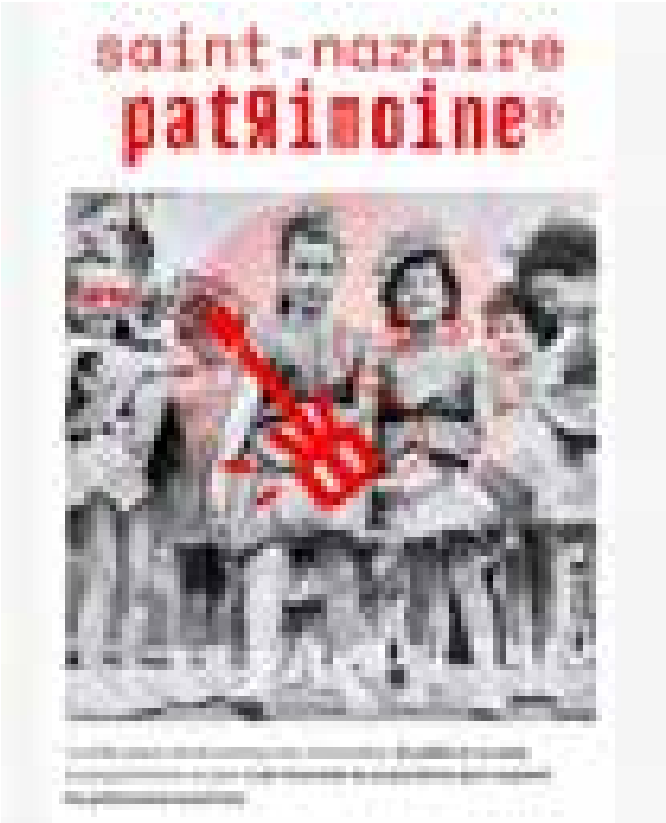
Nos 3 top publications 2025



- **LA PUBLICITÉ 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 15.320 €, un ciblage national, régional et local, pour promouvoir la destination et les visites, plus de 8 M d'impressions, plus de 85.000 clics et 7.080 commandes générées.
  - **Sur Google** : une stratégie musclée de web marketing, en *search* (recherches des internautes) et en *display* (bannières publicitaires). Un budget de 11.200 €, une vingtaine de campagnes différentes pour un total de 3 M d'impressions, 240.000 clics (tous types) et 50.000 conversions (tous types). Les campagnes les plus performantes: les sites et visites via des annonces responsives, 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 80 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 direct.
  - Pour les informations dédiées à la promotion des visites : de 50.000 à 100.000 envois à chaque newsletter (selon le ciblage).
  - Taux d'ouverture très bon situés entre 30 % et 45 % et taux de clic entre 2.5 % et 6 %. Ces taux ont tendance à gagner en performance dans le cadre des news affinitaires comme la thématique patrimoine.

>> La capture de 2 news en exemple, une news pour annoncer la programmation des Journées européennes du patrimoine et une news grand public pour annoncer le programme des vacances scolaires :





Zoom sur la 2ème édition d'une action remarquée, innovante et à forte valeur ajoutée : « SaintNaz'Express » - *du 24 au 26 juin 2025*

Après « Brière Express », SaintNazaire Renversante est REparti en Live ! Afin de promouvoir la destination différemment et de faire le buzz, pour l'édition 2, les équipes ont fait « SaintNaz'Express » ! Chloé et Charline ont parcouru SaintNazaire, de Méan à SaintMarcsurMer en suivant un fil bleu, l'eau sous toutes les formes : le Brivet, le port, l'estuaire, l'eau douce du Bois Joalland, l'océan. Elles ont rencontré les acteurs locaux, traversé des lieux emblématiques et moins connus, révélé les pépites du territoire, goûté, testé… en un mot, elles ont mouillé le maillot !

⚓ Au programme :

>> Jour 1 – Amour, Loire et Brivet :

- Redescente du Brivet à bord d'un chaland
- Immersion dans le quartier emblématique MéanPenhoët
- Croisière en catamaran, coucher de soleil … en live !

>> Jour 2 – Il était un petit navire :

- Au fil de l'histoire … en plein cœur du Petit Maroc
- Aviron en direct du Bois Joalland
- Découverte du front de mer et pêche au carrelet

>> Jour 3 – Ça coule de source :

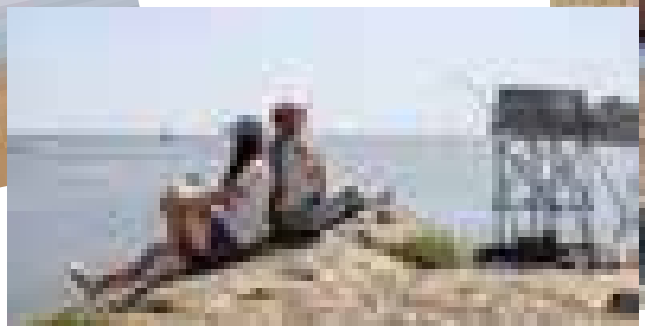
- Rando sur le GR34
- Découverte du marché de SaintMarc'
- Randonnée et tête à tête avec Monsieur Hulot

⚓ Comment a été couvert « Brière Express » ?

>> Sur les réseaux sociaux via des stories, des réels et des live Facebook.
>> Des montages vidéo en mode web série.
>> Une page web dédiée
>> La presse locale.

Un bilan très positif qui a permis de favoriser la mise en relation des acteurs locaux entre eux, qui a favorisé un rapprochement avec nos partenaires et qui a permis une montée en expertise des collaborateurs sur le territoire.





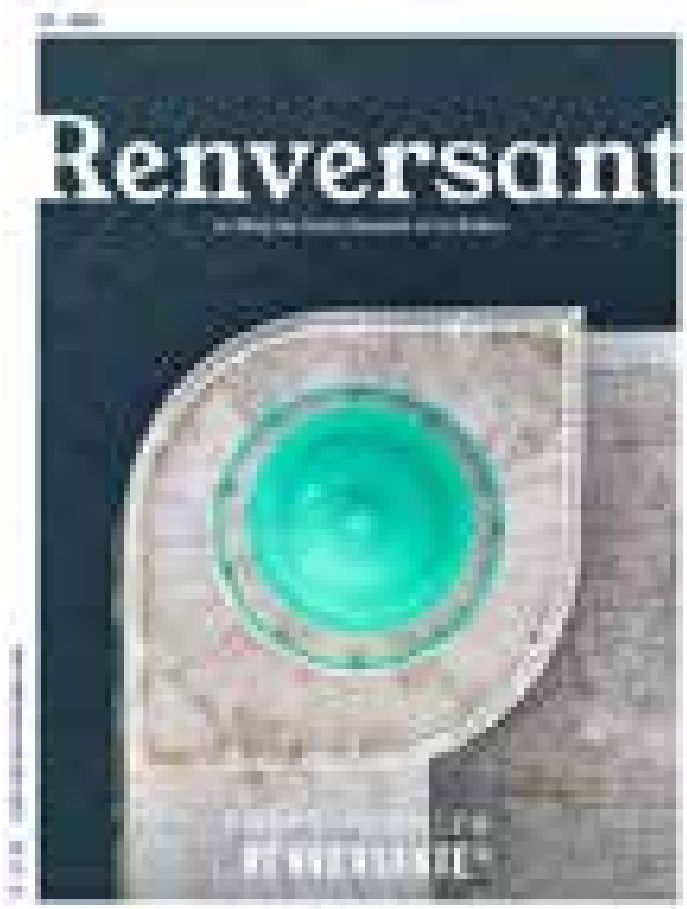


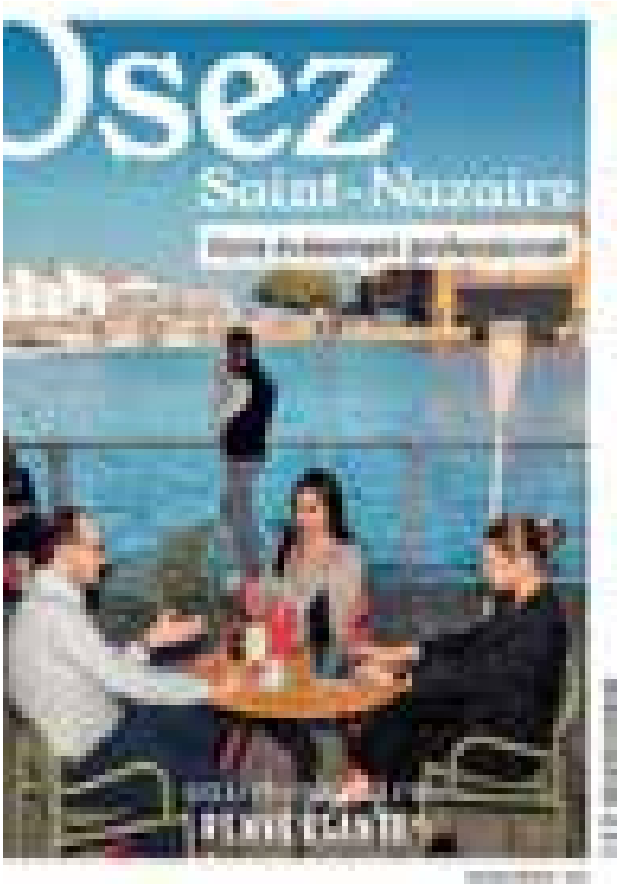
>> La production des supports - budget 74.000 € HT

L'année 2025 a de nouveau été une année de production soutenue. Les supports sont nombreux et variés. Les supports sont revus tous les ans, pour mieux répondre aux attentes des publics et les surprendre !

- **Plus de 200 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 -** *12 000 ex.*
    - **Le plan des incontournables -** *40 000 ex.toutes versions*
    - **Le plan « L'art en ville » -** *4 000 ex.*
    - **La brochure à l'attention des groupes adultes –** *2 500 ex.*
    - **La brochure à l'attention des scolaires -** *1 400 ex.*
    - **La brochure dédiée au tourisme d'affaires -** *800 ex.*
    - **Les dépliants 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, l'année 2025 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.
  - **40 infos et communiqués de presse** : que faire pendant les vacances, les pépites de SaintNazaire Renversante, le top 5 des activités à faire chaque semaine l'été…

- **11 conférences et points presse en 7 mois :** quoi faire pendant les vacances scolaires, programmation patrimoine, lancements de saison touristique, lancement de la Saison patrimoine, bilan de saison estivale, journées du patrimoine…

- **33 accueils de presse/influenceurs Accueil de médias français et internationaux : PaysBas, Belgique, Allemagne, Italie…**
  >> en partenariat avec Loire Atlantique Développement, Solutions & Co, Bretagne Tourisme, Traversée Bretonne, Destination Côte Atlantique. Quantitativement, le rythme a encore été soutenu en 2025. SaintNazaire confirme qu'elle est une étape incontournable, à la faveur de la qualité de l'accueil qu'on y trouve et de la qualité et l'originalité des expériences qu'on peut y vivre.

- **Retombées presse : plus de 220 retombées presse majeures en 2025 :**

  - **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 (Le Monde, Télérama, Le Nouvel Observateur, Le Figaro, Ca m'intéresse, Télé7jours, Version Fémina) et dans la presse internationale. La grande exposition dédiée à l'Esthétique des paquebots au Musée d'arts de Nantes et dont SNAT a été partenaire a permis de belles retombées presse également.
  - **A la radio ♪♫**
  - Interviews régulières sur Ici Loire Océan, NRJ
  - Interviews ponctuels : Radio Vinci, Europe 1, France Info, France Inter, RCF, La Tribu
  - **Sur le petit écran: passages télévision**
  - TF1, JT (croisière vers le parc éolien, le pont de SaintNazaire)
  - France 2 : 2 Télématin
  - France 3, éditions régionales et nationales
  - TéléNantes



4.3. Les partenariats engagés au cours de l'année 2024

La SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme est engagée par des partenariats de deux natures :

. avec les entités homologues locales,

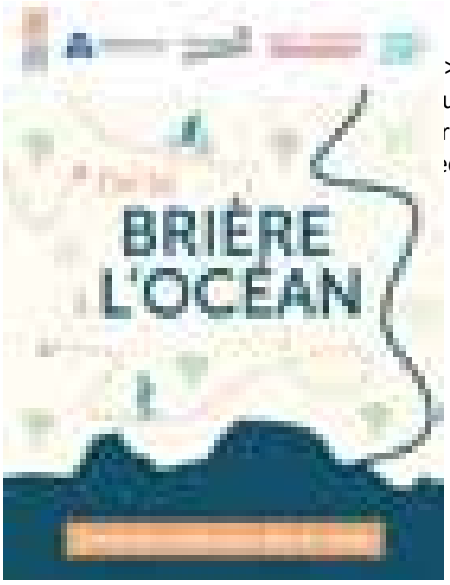
. par une adhésion aux réseaux professionnels régionaux et nationaux.

4.3.1. Les partenariats avec les entités homologues locales

Il s'agit de coopérations non formalisées en direct avec les Offices du Tourisme du territoire, de groupement de commandes pour des opérations mutualisées, en cohérence avec la dynamique des collectivités de tutelle. En 2025, les coopérations suivantes ont été menées :

- **Avec la SPL Pornichet la destination**, ce sont des relations permanentes qui sont entretenues entre les équipes, au titre de l'Office de Tourisme ou en faveur du développement du tourisme d'affaires. La SPL Pornichet la destination est intégrée au groupe qualité des circulations douces piloté par SaintNazaire Agglomération Tourisme.

- **Avec la SPL Office de Tourisme La Baule – Presqu'île de Guérande**, la coopération établie a permis d'aboutir à l'élaboration d'une carte de circulations douces en lien avec l'Office de Tourisme de Pornichet afin de matérialiser l'ensemble de l'offre pédestre te cyclable sur la grande presqu'île.



> SaintNazaire : le paysage, l'art et le fleuve.
un concept impulsé en 2018 et renouvelé depuis trois ans. Les opérations
ir un marché domestique et européen. La contribution financière des
à Nantes.



Avec le département de LoireAtlantique

SaintNazaire Agglomération Tourisme est signataire de la charte de développement durable du Conseil départemental de LoireAtlantique.

La coopération est également permanente **avec LoireAtlantique Développement (LAD)**, l'opérateur touristique pour le Conseil départemental de LoireAtlantique. Des opérations collectives et des relations professionnelles sont régulièrement programmées, notamment les Instants T.

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

SaintNazaire 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 SaintNazaire Agglomération Tourisme est intégré au Conseil d'administration du Comité régional du Tourisme des Pays de la Loire.

Au dernier trimestre 2025, il est annoncé la fermeture de l'agence régionale Solution & Co par le Conseil régional des Pays de la Loire, sans perspective annoncée de continuité de services.

4.3.2. Les adhésions aux groupements et fédérations

La diversité de ses missions conduit la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme à adhérer aux réseaux régionaux et nationaux cidessous.

Au titre des visites d'entreprise avec les Chantiers de l'Atlantique, AIRBUS et Grand port maritime, SaintNazaire 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 développeme national et international du tourisme des savoirfaire français. Dans ce cadre, les Chantiers de l'Atlantique sont intégrées au label « savoirfaire d'excellence » sou 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 – LoireAtlantique – Mayenne – Sarthe – Vendée, présidé par Pierre SABOURAUD en qualité de Directeur de l'Office de Tourisme intercommunal de SaintNazaire. 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, fédération des organismes institutionnels du to
les Offices de Tourisme de France, les Comités départementaux de tourisme et les C
tourisme. Ses missions concernent le lobbying, l'accompagnement juridique et strat
tourisme, la programmation de réunions techniques de partage d'expériences ainsi
de formation. Un travail conséquent est fourni pour l'accès à la formation. Une enve
Offices de Tourisme des Pays de la Loire est obtenue via ADN Tourisme et le Relai Te
Tourisme des Pays de la Loire auprès de l'AFDAS.

- Enfin la SPL SaintNazaire 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, sachant que le nouveau label Destination d'Excellence va venir bousculer ces échéances.

Labels	Services détenteurs	Echéances de renouvellement
	Escal'Atlantic	2025
	Sousmarin Espadon	2025
	Ecomusée	2025
	Visites AIRBUS	2030
	Visites du Grand port maritime	2030
	Office de Tourisme intercommunal	2030
	Chantiers de l'Atlantique	2030
	EOL	2025

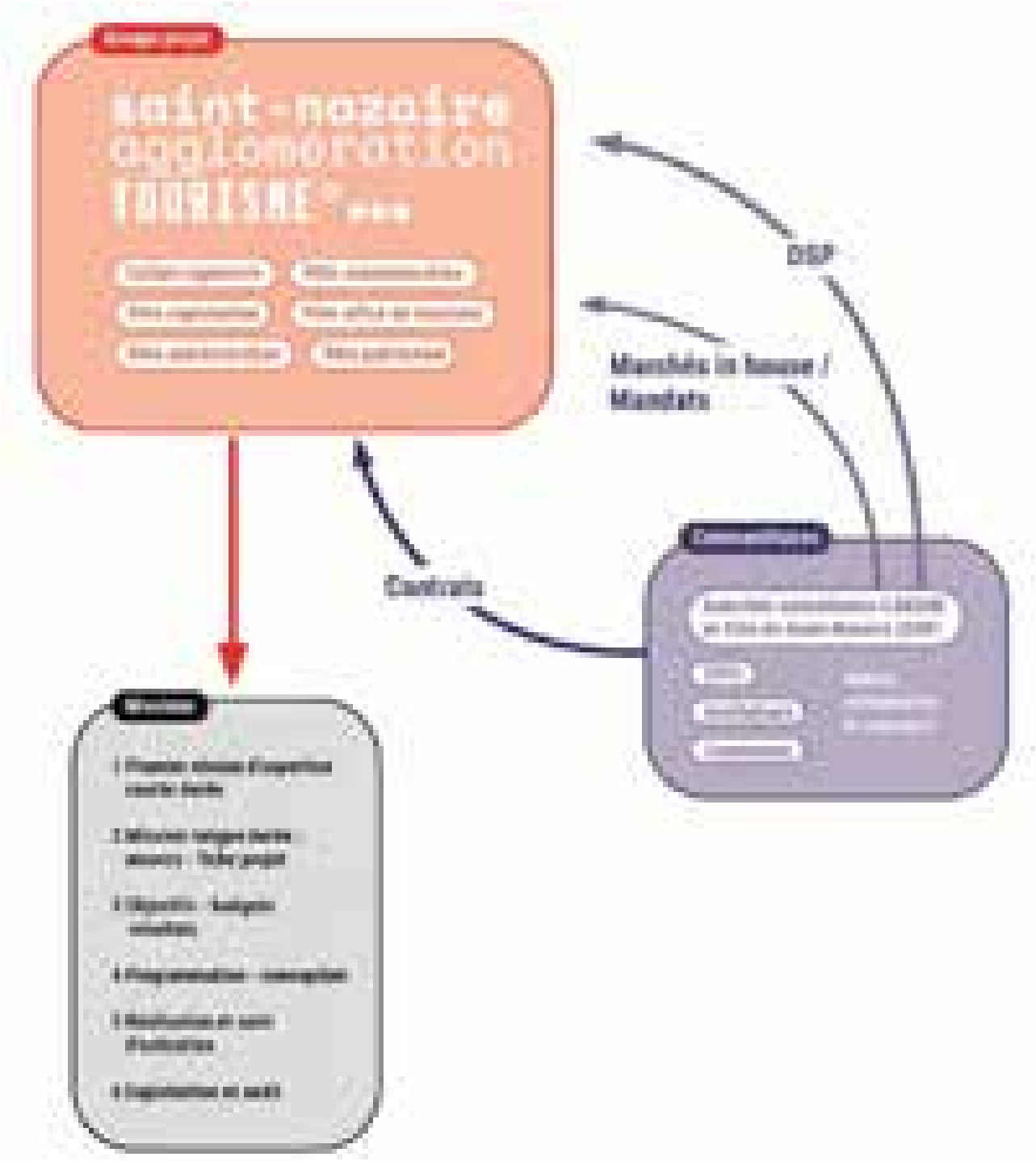
Les audits de renouvellement ont eu lieu en 2025 (pour 3 ans) :

	Escal'Atlantic	2028
	Sous marin Espadon et adhésion de Eol	2028
	Ecomusée	2028
	Office de Tourisme	2028
	Tiny Office de Saint André des Eaux	2028

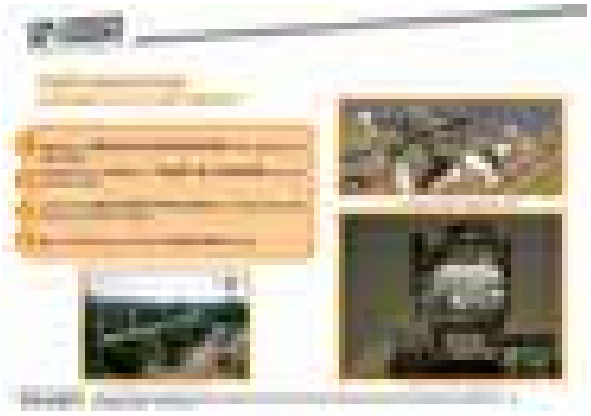
4.5. Les actions d'ingénierie à destination des actionnaires

Les différentes missions d'ingénierie impulsées, menées et terminées en 2025 sont classées cidessous 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 2025 est une année de poursuite ou d'achèvement de projets déjà entamés en 2024. Avec un mandat spécifique pour une exposition sous la base sousmarine, piloté par l'ingénierie touristique et conçue en partenariat avec les différents pôles de SNAT.

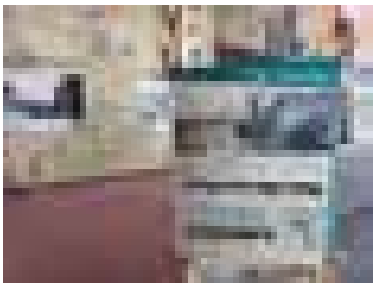
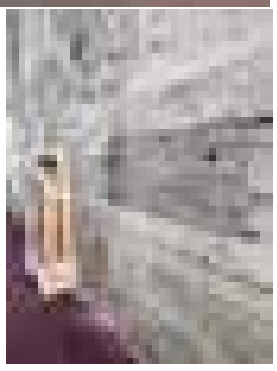
UNE CELLULE INGENIERIE AU SERVICE DES PROJETS



Pour les communes de l'agglomération et les partenaires privés via contrat

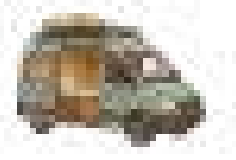
Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Mise en valeur du site des Forges à Trignac	Mission en 5 séquences concernant l'ensemble des facettes du site des Forges de Trignac (potentiel, bâti, environnement, consultation publique). Livraison de la phase finale de préconisations et propositions d'intervention sur le site	Livraison et fin de mission : février 2025.	

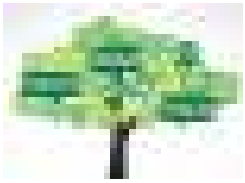
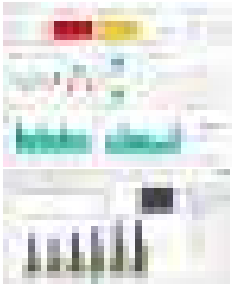
Pour SaintNazaire Agglomération via mandats spécifiques

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Conception et réalisation d'une exposition temporaire dans la base sousmarine	Suivi du projet de conception réalisation d'une exposition temporaire consacrée à la base sousmarine (voir premières pages du rapport d'activité). Projet mené en interne avec les équipes de SNAT, hors réalisation confiée à des prestataires extérieurs.	Livraison de l'exposition : photographies : juillet 2025, exposition socle, septembre 2025.	  

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Consultations chantier des collections	Dans le cadre du chantier des collections et des réserves muséales, définition, écriture et publication de l'ensemble des pièces de procédure pour les consultations publiques.	Juillet 2025 : Consultation PP25A001 Septembre 2025 : Consultation PP25J001	
Coordination des aménagements du toit de la base sousmarine et mise en récit	Mission d'ajustement et de mise en récit des interventions du toit de la Base sousmarine. Intégration des études techniques de la SONADEV et suivi des différents projets.	Suivi du projet avec la SONADEV	

Dans la mission ingénierie de la Délégation de Service Publique

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Suivi et animation de la mise en tourisme sur le port de Rozé (SaintMalodeGuersac)	Mission de mise en tourisme et de suivi du site de Rozé. Réunions d'animation régulières (2 / an) avec les acteurs et animateurs du site.	Suivi et mise en application de la charte des usages. Suivi et veille sur l'état du site. Suivi et programmation des animations	
Schéma d'accueil des campingcars	Suivi de la mise en place du schéma d'accueil des campingcars	Réunion annuelle en septembre 2025.	

Désignation	Description	Calendrier	Illustration
Mission Saisonnalité touristique	Mission de coordination et de pilotage d'une cellule transservices consacrée à tous les aspects de la saisonnalité touristique de SaintNazaire.	Une réunion consacrée à au bilan de la saison touristique: septembre 2025. Mission prolongée en 2026.	
Mise en place de la démarche RSE de SaintNazaire Agglomération Tourisme	Copilotage de la démarche RSE de la structure impulsée en 2022.	2 Comités de pilotages 8 Comités techniques en 2025. Poursuite du plan d'action défini en 2024.	
Conception et mise en œuvre d'un observatoire des indicateurs touristiques	Mise en place d'un observatoire permettant d'agréger différentes sources statistiques produites par la structure ou externes : - Données logiciels métier (Secutix, Tourinsoft…) - Données Orange Flux Vision et Liwango - Indicateurs nationaux et locaux.	Livraison des bases de données en juin 2024 Travail pour la data visualisation: juin à décembre 2024. Travail sur les bases de données et intégration de nouvelles data en 2025. Livraison de la première édition du laboratoire en mars 2026.	
Cartographie partagée du territoire	Edition d'une cartographie mobilités douces (vélo et rando) sur le territoire élargi CARENE et CapAtlantique. Pilotage de l'édition, comité Editorial, réalisation studio graphique SNAT.	Mission démarrée en janvier 2025. Livraison cartographie : juin 2025.	
Groupe mobilités douces	Dans le cadre du groupe mobilités douces, en lien avec le pôle office de tourisme, édition de 55 fiches randovélos à destination du site internet de SNAT. Ces fiches, téléchargeables et imprimables à la maison, reprennent les éléments des topoguides du territoire et du site internet de la destination.	Février 2025 : définition des contenus et des formats. Septembre 2025 : publication de l'ensemble des fiches randovélo.	

5. Les actions menées au titre des missions relevant de la conservation et de la valorisation du patrimoine de la Ville de SaintNazaire



5.1. Les acquisitions du musée

5.1.1 Collections musée de France

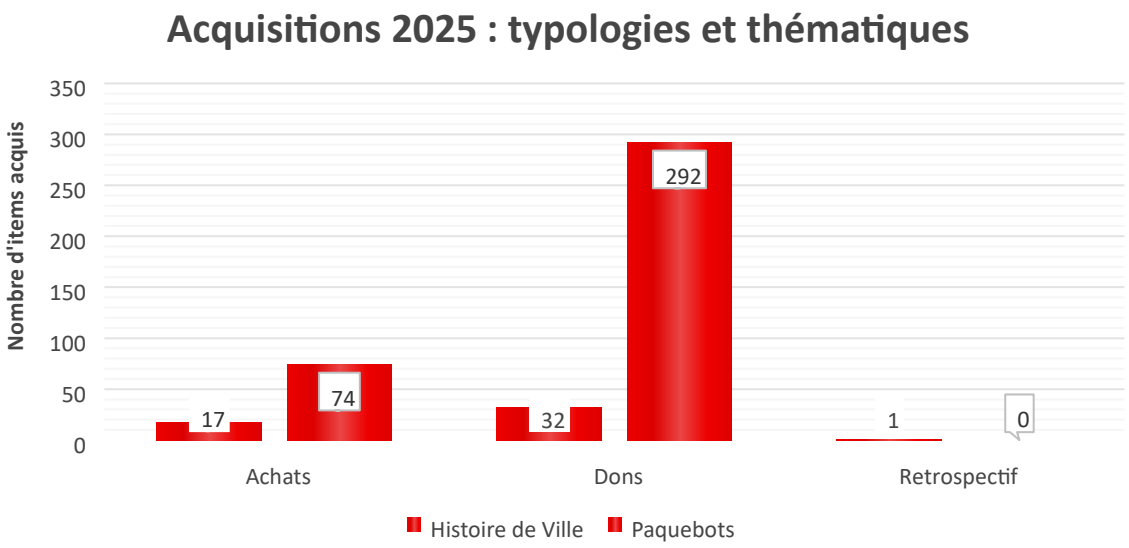
Les collections de l'Écomusée de SaintNazaire répondent à 3 grandes orientations :

- La ville, le territoire, histoire et société
- Le patrimoine des paquebots construits à SaintNazaire
- Le sousmarin *Espadon*

Au 31 décembre 2025, les collections de l'Écomusée de SaintNazaire comptent **16 838 items** à l'inventaire, dont :

8 198 sur le patrimoine des paquebots
8 201 sur la ville 438 sur le sousmarin *Espadon*

- **19 achats**, dont 8 en ventes publiques, correspondant à 91 items ;
- **9 dons** correspondant à 324 items ;
- 1 inscription à **l'inventaire rétrospectif**, correspondant à 1 item.



Si les achats restent majoritaires dans les typologies d'acquisitions de 2025, le nombre de propositions de dons ne faiblit pas et reste important pour l'institution.
26 **propositions** ont été reçues, 12 ont été acceptées (3 propositions ciblées fonds documentaires).

5.1.2 Fonds patrimoniaux et documentaires

En 2025, le Centre de Ressources et de Documentation a acquis **1 381 documents**, par achats, dons ou emprunts pour reproduction.

	Achats	Dons	Emprunts
Monographies	17		
Photographies	186	16	51
Cartes postales	1 012	3	54
Documents		42	
TOTAL	1 215	61	105

Quelques exemples d'acquisition

Thématique des paquebots



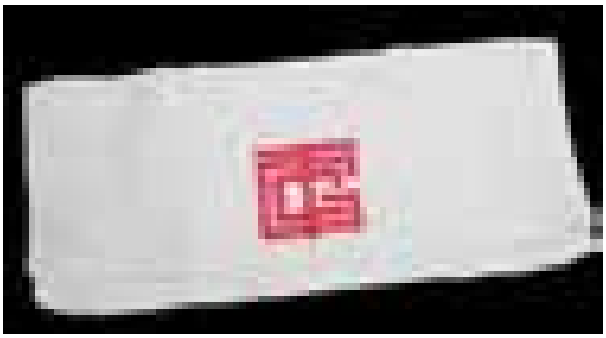
2025.26.5 : Table à jeux du Café de l'Atlantique du paquebot Liberté *(1950)*
Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.



T 8351 : Des passagers jouent au shuffleboard à bord d'un paquebot dans les années 1950.
Photographe : inconnu. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.



2025.16.1 : Dessin caricatural représentant le professeur Auguste Piccard et l'auteur Sylvestre Dorian à bord du paquebot Champlain *(1932)*
Dessinateur : Bozz. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.



2025.21.1 : Pochette en lin brodée du monogramme du service Neuilly du paquebot Normandie *(1935).*
Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée.

Thématique histoire de ville



T 8581 :



2025.1.13 : Programmes de soirées données au Casino des mille colonnes de SaintNazaire, vers 1900. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.



T 8409 : Le quartier à proximité de l'usine à gaz en ruine, 28 février 1943. *Photographe : inconnu. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée*



Manifestation des ouvriers du bâtiment aux chantiers lors des grèves de 1936.
Photographe : inconnu. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée.



2025.9.1 : Cendrier édité pour le 10e Congrès National des déportés du travail, organisé à SaintNazaire en 1955.
Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée.



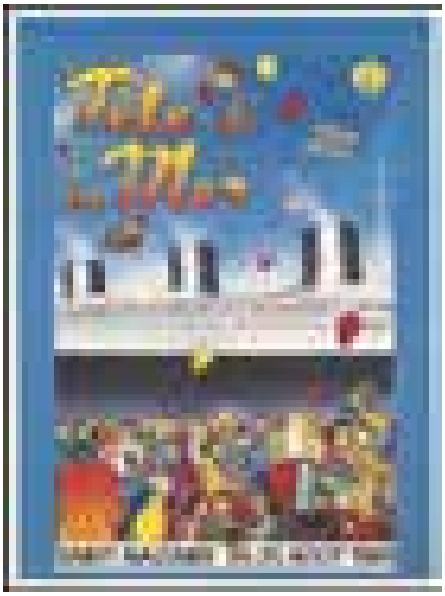
2025.13.13 : Ensemble d'almanachs miniatures offerts par les établissements nazairiens Hauton
Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée.

1.2. Gestion des collections et des fonds patrimoniaux

Process gestion + numérisation

1.2.1. Numérisations externes

En raison du chantier des collections, aucune campagne de prise de vue des objets n'a été effectuée en 2025. Seuls 6 affiches et 6 plans ont été numérisés pour des projets spécifiques internes, pour un montant de 480 € T.T.C.



2024.26.1 - Affiche de la Fête de la Mer de 1985 de la ville de SaintNazaire.
Illustrateur : Yves Magne. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme - Écomusée.

1.2.2. Numérisations internes

Collections

L'année 2025 a été marquée par l'entrée à l'inventaire de deux fonds importants, composés de nombreux documents en deux dimensions : le legs de Liliane Mickelson et le fonds De la Torre.

L'ensemble de ces documents, en plus de scans courants, ont générés **1 450 scans** sur l'année.



NUM 20003 - Photographie représentant Éric de la Torre en uniforme de soldat britannique.
Centre de Ressources et de Documentation
Photographe : Inconnu. *Collection SaintNazaire* **Fonds documentaires***Agglomération Tourisme – Écomusée*



NUM 20226 - Brochure publicitaire sur les hôtels transatlantique en Afrique du Nord – Cie Gle Transatlantique Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée

En 2025, **2 919 scans** de documents iconographiques ont été réalisés en interne avec le scanner professionnel (hors objets en collection).

À titre de comparaison, **562 numérisations** avaient été effectuées en 2024 dans les mêmes conditions.

Cette évolution représente une **augmentation de 419 %**. Elle s'explique principalement par la réalisation des **deux missions de stage consacrées au traitement de fonds patrimoniaux**, comprenant la numérisation de photographies et de documents d'archives.



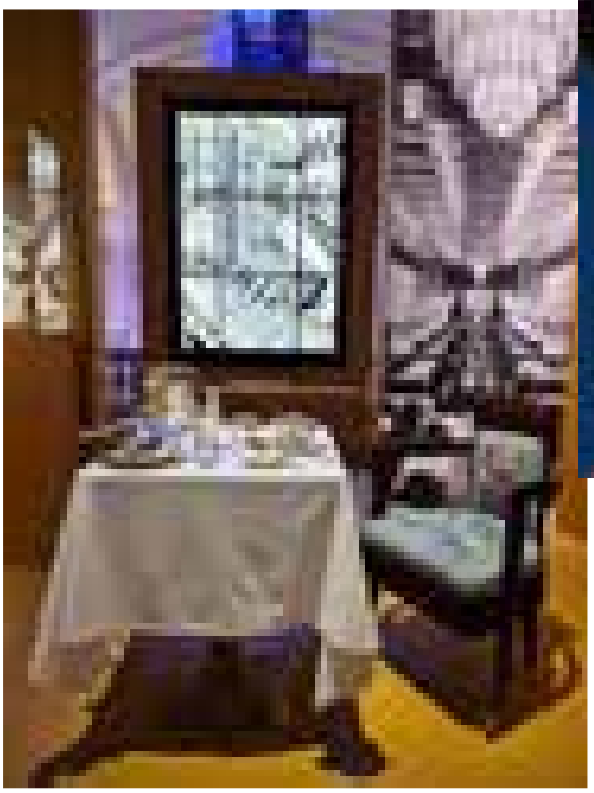
BA 6.1.1 – Le baliseur Charles Babin dans le sas de l'écluse de l'entrée Est.

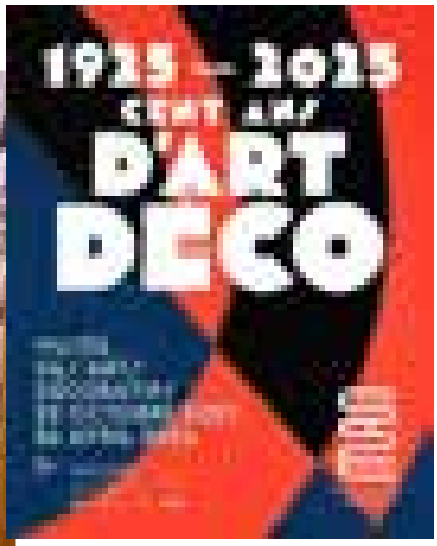
Photographe : Dominique Macel. Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme. Fonds D. Macel.

5.3. Prêts d'œuvres

Au regard du chantier des collections en cours et du futur déménagement des œuvres, un moratoire sur les prêts a été établi et ce depuis 2023. Les deux expositions qui ont pu bénéficier du prêt des collections de l'Écomusée en 2025 correspondent à des projets déjà engagés en 2024 :

- La seconde étape de l'exposition *Paquebots*, prévue dès le départ du projet au MUMA du Havre.
- L'exposition 19252025. *100 ans d'Art* Déco au Musée des Arts Décoratifs de Paris, qui a bénéficié d'une prolongation du prêt des œuvres présentées dans l'exposition *Christofle*.









5.4. Recherches sur les fonds

Dans le cadre de la programmation, ou de projets d'acquisitions importants, des recherches documentaires et historiques ont été réalisées, notamment en vue d'un passage en Commission scientifique régionale d'acquisition des musées à la DRAC.

Fonds Éric de la Torre

Proposé en en don par son fils Mark, le fonds d'Éric de la Torre (19182011) retrace l'histoire de ce vétéran de la Seconde Guerre mondiale, ayant fait partie du groupe commando n°3 ayant participé à l'Opération Chariot.

Le don est composé de 120 items, comprenant des témoignages sous forme tapuscrits, des cassettes audios et vidéos, des photographies, des lettres écrites depuis le Stalag VIIIB, des médailles de guerres notamment. Ce fonds complet est un témoignage rare d'un parcours de soldat ayant pris part à cette opération emblématique dans l'histoire de la ville et du conflit mondial. Cette acquisition a été l'occasion de recherches approfondies sur le contexte historique et le parcours personnel d'Éric de la Torre.



Livret de prisonnier d'Éric de la Torre



Objet artisanal fabriqué par un prisonnier soviétique, échangé contre des cigarettes en Stalag

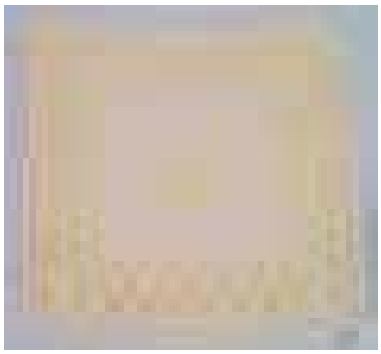
Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée

Legs de Liliane Mickelson

Sur disposition testamentaire, Liliane Mickelson, citoyenne honoraire de la ville SaintNazaire, a légué au Musée de France l'ensemble de sa collection sur les paquebots, et notamment le paquebot France (1962), qu'elle a constitué tout au long de sa vie. Ce sont 541 items qui ont été légués, et ont nécessité de nombreuses recherches documentaires. Un dossier argumenté a été présenté en en Commission scientifique régionale d'acquisition le 22 mai 2025, avec un avis favorable.

Ce fonds constitue une mise en lumière d'une personnalité locale, ayant aidé la Ville de SaintNazaire à récupérer des œuvres d'art qui décoraient le paquebot *France* (1962), au moment de son démantèlement. Il représente également un ensemble extrêmement riche du fait de sa qualité et de la rareté de certains éléments, et en apportant des éléments de connaissance sur la compréhension de la vie culturelle à bord des paquebots et des services des compagnies.





Commode de cabine 1re classe paquebot *France* (1962)Corbeille à papier de cabine paquebot *Normandie* (1935) Serviette du salon de thé 1re classe paquebot *Normandie* (1935)

Collection SaintNazaire Agglomération Tourisme – Écomusée

5.4.3. Études de

De mars à août 2024, Pauline MÉLET a été recrutée pour la gestion du fonds iconographique du photographe Édouard Bourgueil. Ce fonds unique composé de 1 523 photographies documente l'histoire de SaintNazaire et de sa région des années 1930 à la Libération.

L'objectif du stage était d'assurer la gestion physique et intellectuelle du fonds, à travers une étude approfondie. Ce travail a ensuite été présenté à la DRAC des Pays de la Loire, afin qu'il puisse intégrer les collections de l'Écomusée, musée de France, et ainsi en garantir la pérennité.

Les missions comprenaient :

- État des lieux du fonds et élaboration d'une méthodologie de traitement ;
- Reconditionnement des documents dans un conditionnement adapté ;
- Numérisation de l'ensemble des photographies (négatifs, tirages et plaques de verre) ;
- Indexation des notices dans la table Photothèque et recherches contextuelles associées ;
- Constitution du dossier documentaire destiné à la commission de la DRAC pour l'entrée du fonds dans les collections de l'Écomusée, musée de France;
- Valorisation du fonds à l'occasion des Journées européennes du patrimoine.



Un homme observe les habitations en ruine dans une rue de SaintNazaire pendant la Seconde Guerre mondiale.

À l'issue des six mois de stage, l'ensemble du fonds a été traité. Tous les documents ont été numérisés et reconditionnés. Les notices de la table Photothèque ont été intégralement complétées et l'ensemble des numérisations en haute définition ont été importées par la gestionnaire de la base de données.

Un dossier documentaire complet, présentant le fonds et son intérêt patrimonial, a également été rédigé.

La présentation du dossier devant la Commission scientifique régionale d'acquisition, organisée par la DRAC des Pays de la Loire, s'est tenue le 11 septembre 2025. Cette commission a confirmé l'intérêt patrimonial du fonds et a souligné la qualité du travail de recherche mené lors du stage.



La Commission scientifique régionale d'acquisition a émis un avis favorable à l'inscription du fonds Bourgueil au sein des collections musée de France, par courrier officiel du 19 septembre 2025.

Mission de stage sur le fonds du service des eaux

Du 3 mars au 4 juillet 2025, Matthias GÉRARD a réalisé l'étude du fonds du service des eaux. L'Écomusée conserve dans ces fonds patrimoniaux des archives publiques issues de ce service. Ces documents ont été transmis par don, notamment par un ancien directeur du service des eaux, **avec l'autorisation des autorités compétentes de l'époque**, et en particulier du maire **Joël Batteux**.

Conformément au **Code du patrimoine**, les **archives produites ou reçues par un service public constituent des archives publiques**. À ce titre, elles doivent être **conservées, classées et gérées par des services d'archives compétents**, afin de garantir leur préservation et leur accès au public.

Dans cette perspective, et en vue de la **restitution des documents aux Archives municipales**, une **étude approfondie du fonds et de la provenance des documents** a été nécessaire.

Les missions principales du stage étaient les suivantes :

- Étude et analyse détaillées du fonds ;
- Recherches documentaires sourcées pour le renseignement des documents ;
- Numérisation des documents en interne et nommage des fichiers selon les protocoles en vigueur ;
- Pour la numérisation des plans : recherche de prestataires externes, rédaction d'un cahier des charges, suivi des opérations de numérisation et contrôle qualité ;
- Indexation des documents dans le logiciel Flora ;
- Rédaction d'une synthèse sur l'étude du fonds et son traitement ;
- Préparation du dossier en vue de sa transmission aux Archives municipales.

La **remise des documents aux Archives municipales** a été effectuée le **15 juillet 2025**.

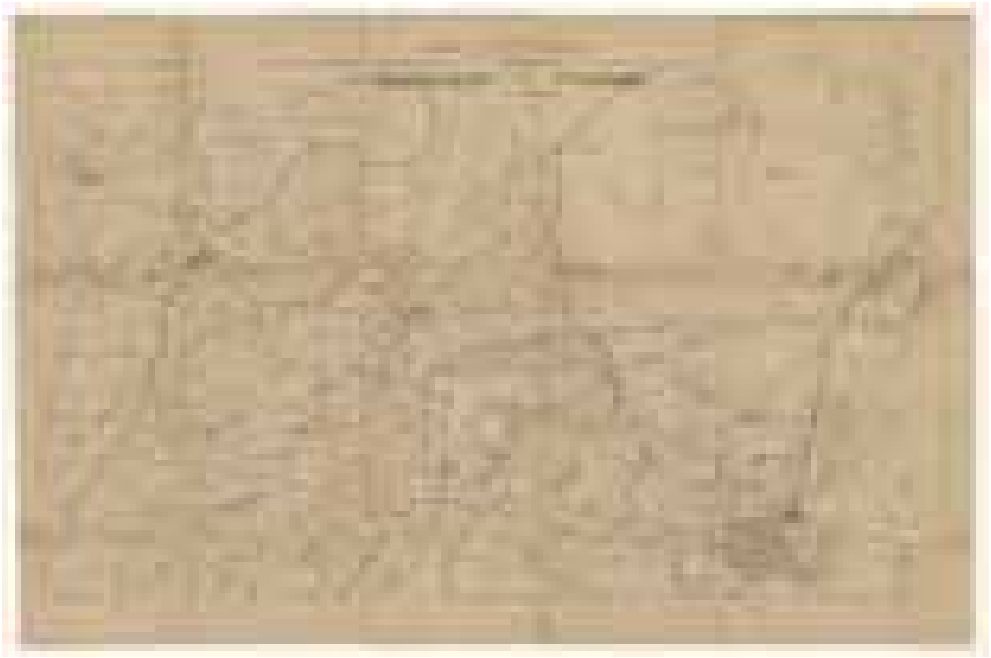
Au total, **229 documents ont été restitués**, comprenant 49 plans, 35 documents d'archives et 145 photographies. Tous ces documents ont été préalablement numérisés en haute définition et l'Écomusée conserve une copie numérique des items, conformément aux dispositions prévues dans la convention de restitution des fonds.

Le coût des travaux de numérisation des plans réalisés par un prestataire externe s'élève à **1 ;800€ T.T.C**., pris en charge par SNAT.

Exemple de documents restitués aux Archives



T 8422, construction du château d'eau du Moulin du Pé.



Plan B 10 0002, les installations de la Compagnie générale des eaux de SaintNazaire.

5.5 Les demandes externes

5.5.1. Les recherches documentaires externes du Centre de Ressources et de Documentation

En 2025, 131 demandes de recherches documentaires externes ont été transmises au Centre de Ressources et de Documentation, soit une hausse de 8% par rapport à l'année précédente.

Cette progression, **observée de manière continue depuis trois ans**, illustre la place du Centre de Ressources comme interlocuteur de référence pour les recherches et demandes documentaires.

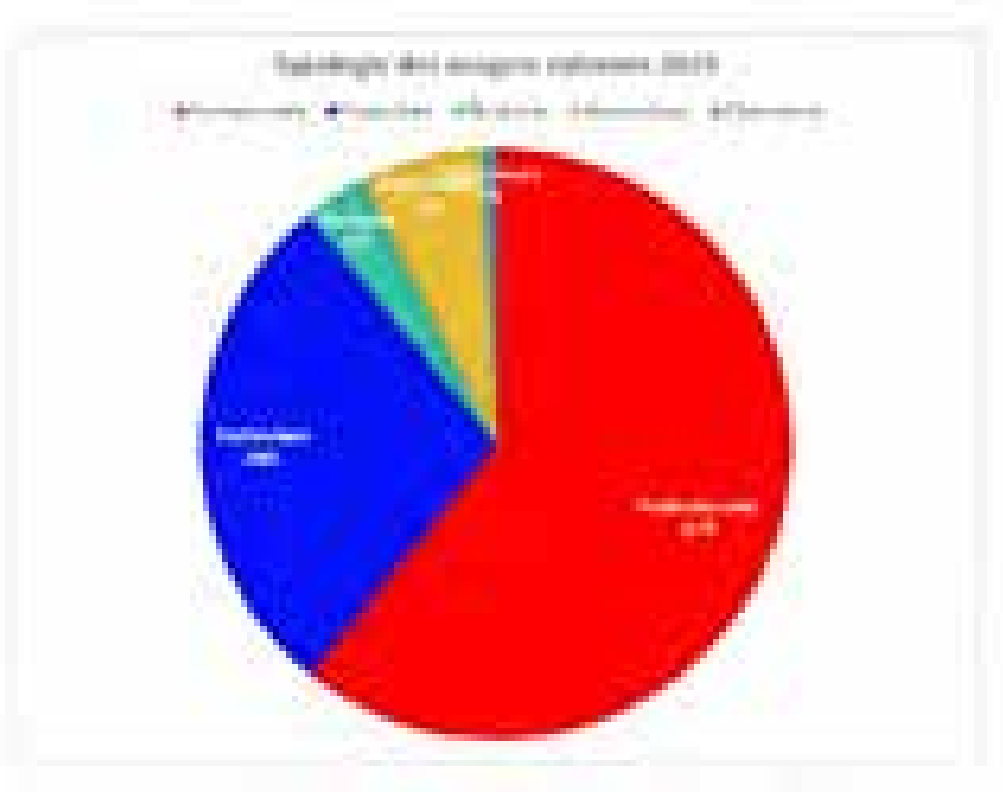
Presque 60% des demandes sont transmises directement à l'équipe (45.5% en 2024). La visibilité du Centre de Ressources est par ailleurs renforcée par le site saintnazairemusees.com et par le portail des collections.

Détail des provenances des demandes	
Directe	**59.5%**
Transmission par un.e collègue de SNAT	22.9%
Contact site saintnazairemusees.com	3.1%
Site saintnazairerenversante	4.6%
Transmission par des structures externes[2]	6.1%
Mail documentation	3.8%

Sur ces 131 demandes, 60% donnent lieu à un contrat de fournitures de documents.

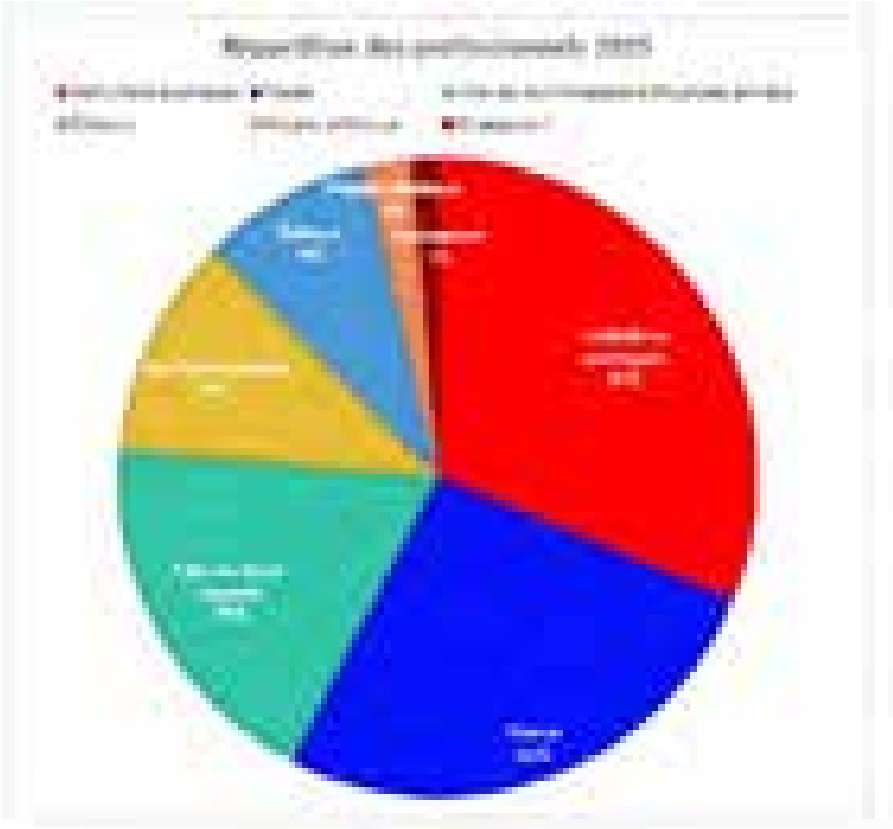
Ces demandes concernent majoritairement les professionnels (61% des demandes).

[2] Lorsqu'une structure externe à SNAT transmet nos coordonnées pour une demande (ex. Chantiers de l'Atlantique, Archives municipales, association etc.)



La répartition des demandes des professionnels se détaille comme suit :

- Les institutions publiques (musées, structures publiques etc.) représentent la part la plus importantes des demandes professionnelles avec 31% des demandes externes.
- Suivi des demandes pour la presse : 26% des demandes
- Les collaborateurs de la Ville de SaintNazaire représentent 19% des demandes



La répartition des professionnels reste sensiblement la même en comparaison avec 2024. En différence notable, une hausse importante des demandes provenant de la presse, avec deux fois plus de demandes. Et une baisse des projets éditoriaux (- 43%).

Thématiques des recherches externes

Classement	Sujet	% des demandes
1	 Paquebot	29%
2	 Seconde Guerre mondiale	27%
3	 Urbanisme - bâtiment	15%

En 2025, les **paquebots** restent le thème n° 1: ils concentrent à eux seuls **29% des demandes.**

La **Seconde Guerre mondiale** se place en deuxième position avec **27%**, portée par de nombreuses demandes iconographiques liées aux commémorations des 80 ans de la Libération.

En troisième position, **l'urbanisme** (architecture et bâtiments de la cité) représente **15% des demandes.**

En 2025, **811** fichiers ont été fournis pour **79** contrats établis, soit une augmentation de **41%** par rapport à 2024.

Comparaison avec l'année précédente :

Année	2024	2025	Évolution
Contrats	56	79	**+41%**
Fichiers fournis	617	811	**+31%**

5.6. Récolement décennal

Rappel réglementaire

Conformément à la loi « musée de France » du 4 janvier 2002, l'Écomusée de SaintNazaire doit procéder au récolement décennal de ses collections – sur pièce et sur place, et ce avant le 1er janvier 2026.

Le récolement, qu'estce que c'est ?

Cette opération vise à réaliser tous les 10 ans une opération de vérification des collections des Musées de France. Il s'agit de confronter les inventaires et les œuvres. Le personnel du musée doit s'assurer de :

- La présence du bien dans les collections ;
- Sa localisation ;
- L'état du bien ;
- Son marquage (numéro d'inventaire) ;
- La conformité de l'inscription à l'inventaire avec le bien.

Au 31 décembre 2025 s'achève la deuxième campagne de cette procédure. L'ensemble des données est envoyé au service Musées de la DRAC chaque année, qui analyse et compile l'ensemble des chiffres pour les Musées de France des PaysdelaLoire.

Le chiffre cible final du récolement décennal transmis à la DRAC est de **10 871 items à récoler** (le chiffre cible étant révisé chaque année pour prendre en compte les acquisitions).

Résultats

	2022	2023	2024	2025
NOMBRE D'ITEMS RÉCOLÉS	9	4 207	1 028	209
Objectif annuel	6 105	2 750	983	1 036
	- 99,8 %	153 %	105 %	79,8 %
RÉSULTATS	☒	✓	✓	☒

>> Sur un chiffre cible au 31 décembre 2025 de **10 871 items à récoler**, un total de **9 949 a été réalisé**.

Au 31 décembre 2025, au terme du 2e récolement décennal, celuici est achevé à **91,52 %.**

Bilan

Le deuxième récolement décennal bien que non achevé, présente un taux d'avancement bien supérieur à celui de la première campagne de 20042015. Au 31 décembre 2015, l'Écomusée affichait un taux de récolement de 75,15 %, pour un chiffre cible de 5 948 items.

Malgré un important accroissement du nombre d'items (qui s'explique notamment par 10 années d'acquisitions proactives), cette progression significative s'explique par plusieurs facteurs :

- L'accroissement des moyens mis sur cette opération (équipe plus nombreuse que lors de la décennie de la première campagne, temps dédiés au récolement) ;
- La mise en place du chantier des collections et le déménagement des œuvres qui a permis de réaliser un récolement systématique de tous les items concernés.

Le nonachèvement du récolement décennal s'explique par la continuité du chantier des collections audelà de 2025, pour les œuvres conservées en Réserve 2. La grande majorité des items de cette réserve n'a pas encore été traitée et sera récolée au cours de l'année 2026.

Perspective

Une nouvelle campagne de récolement démarrant au 1er janvier 2026, un nouveau plan de récolement décennal doit être établi. Ce document réglementaire permet d'évaluer les besoins et la méthode de récolement à appliquer par l'établissement : organisation de campagnes par lieux, rétroplanning et moyens affectés, etc.

La perspective du déménagement des collections actuellement conservées en réserves questionne la méthodologie à engager. Aucun des conditionnements réalisés en vue du stockage transitoire de longue durée n'a été réalisé dans l'objectif de pouvoir être ouvert ou dépalettisé. Il sera donc nécessaire d'attendre le retour des œuvres afin de réaliser, sur pièce, l'ensemble du récolement. L'organisation et la temporalité de cette opération sera donc amenée à évoluer et à être repensée.

5.7. Conservation préventive et curative, restauration

Les opérations de restauration engagées en 2025

Dans le contexte du chantier des collections, une seule opération de restauration/conservation curative, a été menée par le service de la conservation. L'ensemble des œuvres conservées en Réserve 2 feront l'objet d'une opération spécifique dans le cadre d'un marché public.

Intervention

> 2019.20.1 Thermomètre de la Compagnie Générale Transatlantique

> 13 juin 2025

> Collage de fragments détachés, fixage de la dorure et de la peinture.

> Par Guylaine Mary (conservatricerestauratrice de sculptures objets et maquettes)



Thermomètre de la Cie Gle Transatlantique

Lors du conditionnement d'un thermomètre en plâtre de la Compagnie Générale Transatlantique, celuici a présenté des fragilités non compatibles avec un conditionnement de longue durée et un transport. Il était donc indispensable de procéder à une stabilisation des altérations. Il s'agit bien d'une opération de conservation curative : Si visuellement l'aspect a peu changé, l'œuvre est maintenant prête pour être déplacée sans risque de perte de matière.



Avant/Après restauration

5.8. Le Pôle patrimoine au service des productions

5.8.1 Projets d'exposition

Exposition SaintNazaire, la ville réinventée. 194519552025

En 2025, le Pôle patrimoine a participé à la réalisation de l'exposition :

- Réunions de travail avec les collaborateurs de la Mission des patrimoines sur le contenu de l'exposition

- Échange et suivis des travaux de numérations avec des prestataires extérieurs pour la numérisation HD de 9 plans et 5 enregistrements sonores.

  Le coût de ces travaux a été pris en charge par SaintNazaire Agglomération Tourisme pour un montant total de **775.02€ T.T.C.**



Espace de l'exposition consacré à la Poche de SaintNazaire

5.8.2 Les publications

Le Centre de Ressources et de Documentation a participé à différents projets éditoriaux en 2025.

Un numéro spécial de la revue 303 consacré aux paquebots et chantiers de SaintNazaire, pour laquelle de nombreuses illustrations ont été transmises :

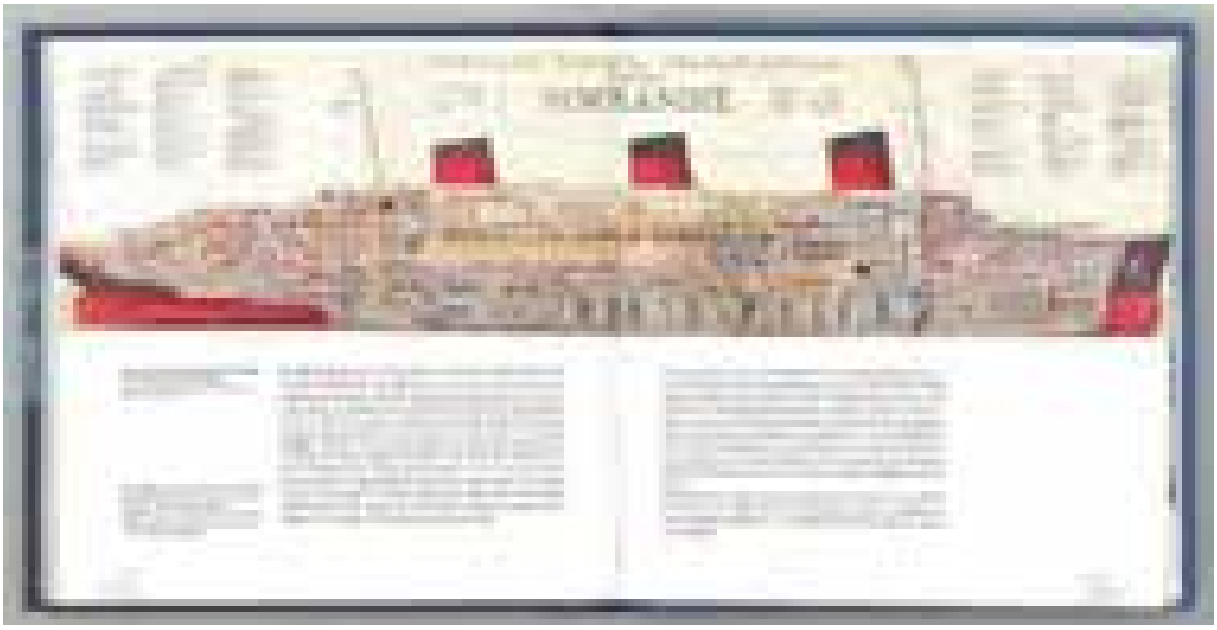




Un ouvrage de Stéphane William Gondoin, édité aux Éditions des Falaises, qui explore l'épopée des paquebots, notamment au travers de 16 supports iconographiques issus de nos fonds :

photographies,affiches, illustrations diverses, telle que la coupe du paquebot *Normandie* (1935) par Albert Sébille présentée cidessous.





5.9 Patrimoine et numérique : au service des professionnels et des publics

5.9.1 FLORA, outil essentiel à la gestion et à la valorisation patrimoniale

FLORA est le système de gestion et de valorisation des collections et des fonds conservés par l'Écomusée de SaintNazaire.



Le progiciel est édité par la société FLORA SOFTWARE.

Outilsocle 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.

Sans lui, impossible de travailler correctement: inventaires, récolement, dépôts, restaurations, expositions, prêts, portail des collections… **toutes les missions d'un musée croisent sa route**.

Il est un **soutien essentiel à la mise en œuvre des grands projets patrimoniaux** en permettant une approche transversale et efficiente de l'ensemble du patrimoine muséal.



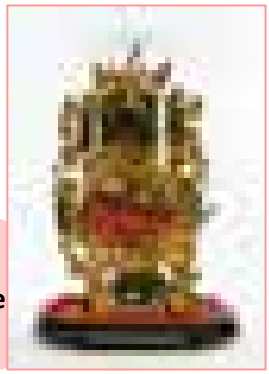
Utilisé par l'ensemble de l'équipe du pôle Patrimoine, **FLORA accompagne le travail de gestion administrative et scientifique** sur les collections, la documentation et les fonds patrimoniaux aussi bien sur le quotidien que sur les grands projets.

FLORA permet de **maîtriser l'évolution et l'accroissement constant des données**.



En 2025, **+ de 30 000 notices ont été créées par le pôle Patrimoine**, un **effet notable des grands projets** en gestion des collections et fonds patrimoniaux :

- Chantier des collections (mission calques) + déménagement
- Missions d'inventaire sur les fonds Bourgueil et Service des eaux



5.9.2 Une expertise mise au service du Parc naturel régional de Brière

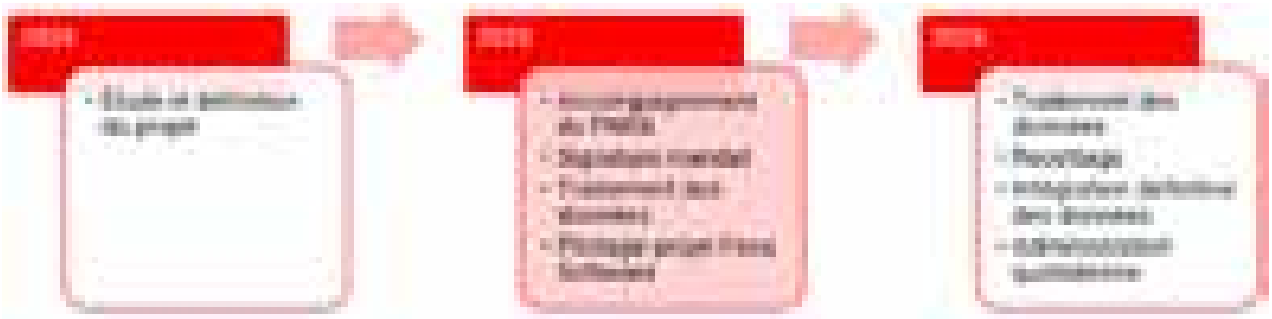
En 2025, dans le cadre des réflexions sur un Centre de Conservation Muséale mutualisé sur le territoire, **SNAT et le Parc naturel régional de Brière ont acté la mutualisation de leur outil de gestion des collections.**

Cette mutualisation fait l'objet d'un mandat d'ingénierie et d'accompagnement signé entre le PNRB et SNAT. Il s'étend jusqu'au 31 décembre 2029 et sera, transformé en 2030 en Délégation de Service Publique.

Il se traduit par :

- l'acquisition par le PNRB de FLORA
- l'intégration des données d'inventaire des musées du PNRB dans le FLORA SNAT
- l'hébergement, la sauvegarde et l'administration des données du PNRB par SNAT

Ce projet, dont l'étude a commencé en 2024 est phasé sur trois ans et **sera effectif au printemps 2026**.



5.9.3 Le numérique patrimonial comme outil de médiation à destination des publics

Déployée à travers un **ensemble cohérent d'outils** (site web, portail des collections, newsletters

La médiation numérique occupe désormais **une place centrale dans les pratiques de diffusion et de transmission** des musées. Elle **élargit les modes d'accès** aux contenus, **prolonge l'expérience** de visite et **inscrit les ressources culturelles dans le quotidien** des publics, avant, pendant et après leur venue.

éditorialisées, balades et parcours transmédias dans la ville et les musées) elle ne se substitue ni à la rencontre avec les équipes, ni à l'expérience sensible des lieux. Elle s'inscrit au contraire dans une **logique de complémentarité, renforçant la médiation humaine et la visite physique** par d'autres formes de narration, de contextualisation et d'appropriation des contenus.



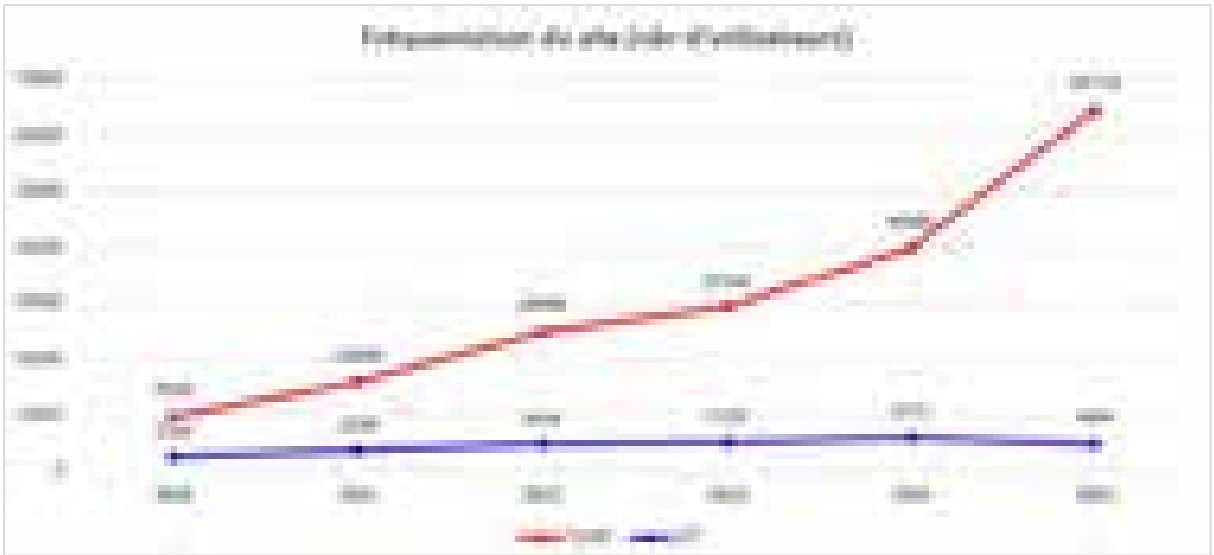
5.9.4 Le site web saintnazairemusees.com : navire amiral du numérique patrimonial

Au cœur de cet écosystème, le site saintnazairemusees.com constitue le navire amiral de la médiation numérique. Il fédère la majorité des contenus, des parcours et des ressources, et structure les points d'entrée vers les offres culturelles et patrimoniales.

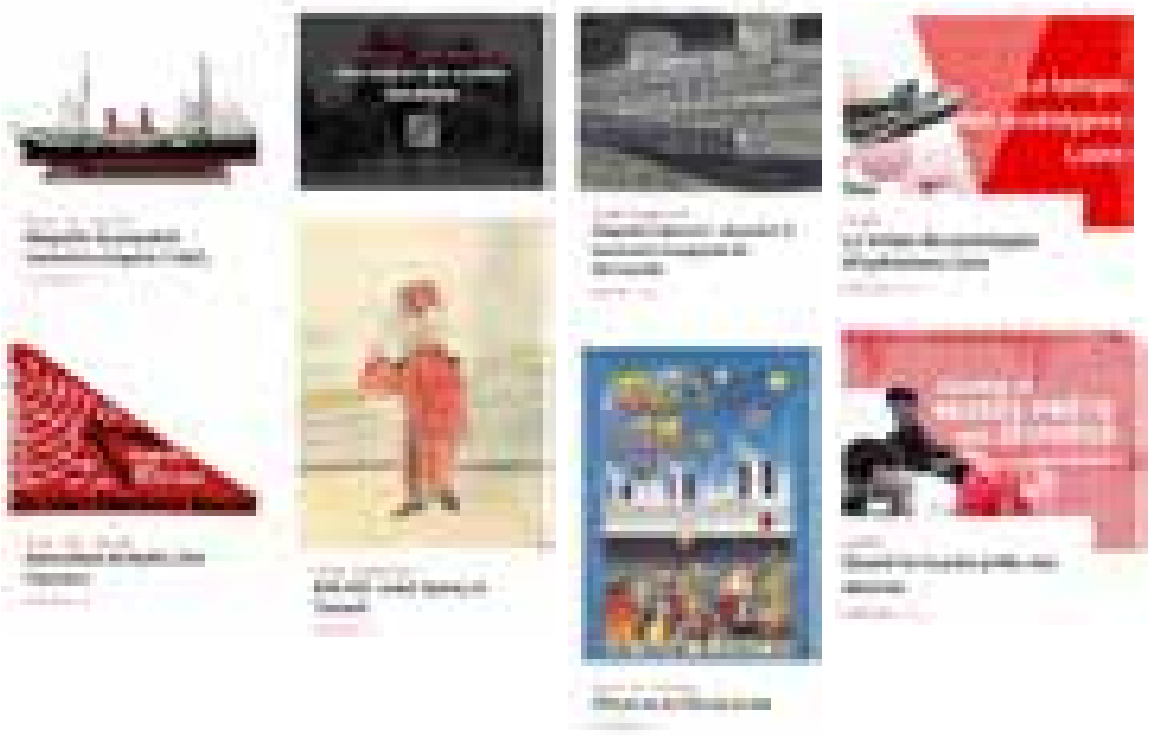


En 2025, le site confirme son **rôle central dans la stratégie de médiation numérique**, avec 64 714 utilisateurs, soit **une fréquentation multipliée par plus de six depuis 2020**. Cette progression continue s'accompagne d'un **niveau d'engagement solide**, avec près de 195 355 pages vues et un taux d'engagement moyen de 57,5 % sur l'année.

La consultation s'inscrit dans la durée : chaque session atteint en moyenne **3 min 31 s**, et certains temps forts, comme les Journées européennes du Patrimoine, conjuguent hausse de fréquentation et intensité des usages. Ces indicateurs traduisent l'ancrage du site comme **point d'entrée structurant vers les contenus culturels et la Saison patrimoine** proposés par les musées de SaintNazaire.



Les nouveaux contenus de médiation numérique



En 2025, **8 nouveaux contenus de médiation numérique** ont été conçus, certains en rapport direct avec la programmation, **pérennisant le travail de recherche produit par les équipes** (artistes et paquebots, Radio Libre Populaire), d'autres sont liés à l'évolution du parcours du musée (hydravions) ou issus d'une volonté de compléter l'offre en ligne (histoire des musées nazairiens, *Impératrice Eugénie*).

Les formes sont variées : objet en lumière, fonds numérisés, vidéo.

Cartes sur table – Une histoire des musées nazairiens

Une **nouvelle forme** vient étoffer les propositions de contenus virtuels. À travers quatre plans de quatre époques différentes (1920, 1950, 1980 et époque actuelle), **un parcours chronologique et géographique** est proposé pour **explorer l'histoire muséale nazairienne** depuis les années 1880.



Articles

Ces nouveaux contenus sont complétés par des **articles valorisant le travail réalisé en coulisses** par les équipes SNAT **pour gérer et valoriser le patrimoine nazairien**.



Portail des collections

Cet outil permet au grand public et aux professionnels de consulter et de s'immerger dans l'exceptionnelle diversité des collections de l'Écomusée de SaintNazaire. Il continu chaque année de proposer de nouveaux objets, se rapprochant des **2.000 items en ligne**. En 2025, 142 notices ont été ajoutées.

5.9.5 Des partenariats nationaux et internationaux

MicroFolie – Collection Pays de la Loire

L'Écomusée de SaintNazaire a été sélectionné par la Direction Régionale des Affaires Culturelles, au côté d'une trentaine d'institutions, pour représenter dans les plus de 400 MicroFolies* en France et à l'étranger la collection régionale des Pays de la Loire.

**Micro Folie = structure culturelle de proximité offrant un accès au Musée numérique national. Souvent associé à des FabLab, espace de réalité virtuelle, café, bibliothèque, ludothèque…*



Sousmarin Espadon/Wargaming – Naval Museum Atlas

À la demande de l'entreprise Wargaming, **l'Écomusée de SaintNazaire a intégré le sousmarin *Espadon* au** Naval Museum Atlas, une plateforme internationale dédiée au patrimoine maritime et naval.

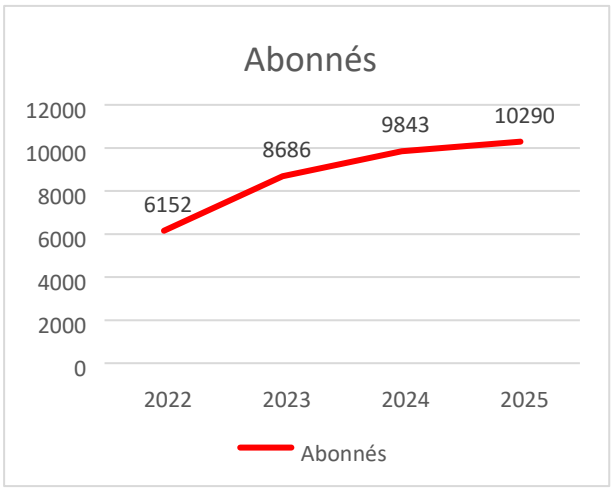
Ce projet a permis de **valoriser l'Espadon auprès d'un public international**, à travers des contenus éditorialisés. Il renforce la visibilité du sousmarin comme témoin majeur de la marine française de la guerre froide et l'inscrit dans un réseau muséal international.

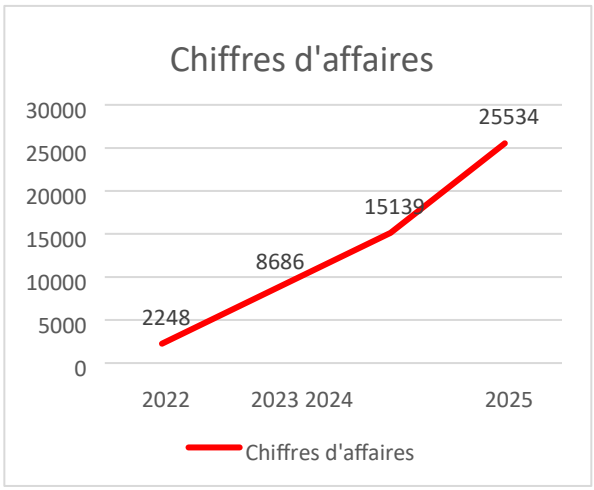




5.9.6 Newsletter SaintNazaire Patrimoine

La newsletter *SaintNazaire Patrimoine* constitue un levier central de diffusion de la programmation et de valorisation des contenus éditoriaux des musées.
L'**intensification des envois**, passés de 14 en 2024 à 21 en 2025, accompagne une croissance continue des abonnés (6.152 en 2022, 10.290 en 2025).
Cette stratégie se traduit par une progression nette des recettes, de 2.248 € en 2022 à 25.534 € en 2025.





5.10 La Saison patrimoine, une programmation culturelle forte et cohérente

La **Saison patrimoine** propose d'explorer des facettes de SaintNazaire, ville d'estuaire au destin singulier. Tels des fenêtres, trois axes thématiques « Quels voyages ! », « Au cœur de la cité » et « Mon musée » multiplient les regards sur l'histoire de la ville, ses évolutions, celles et ceux qui l'habitent et son imaginaire.



Au cœur de la

>> explorer toutes les facettes de la ville



Quels

>> embarquer dans l'aventure des paquebots et du voyage en mer



Mon musée

>> partager une réflexion commune sur le musée

Cette programmation culturelle annuelle invite à découvrir les sites de visite ou les patrimoines urbains à travers de multiples formes : rencontres, visites guidées, parcours sensoriels ou ludiques, ateliers et jeux, spectacles et créations, conférences, événements…

Hors saison, des cycles thématiques mettent en lumière un sujet, un lieu, des collections… En été, l'offre de visites s'élargit.



Les propositions à destination des familles représentent chaque année presque 40 actions différentes pendant les vacances scolaires, les mercredis en période scolaire et lors d'événements dédiés.

En 2025, la Saison patrimoine s'est organisée spécifiquement autour de 3 fils rouges :

« De la guerre à la paix» à l'occasion du 80e anniversaire de la libération de la Poche de SaintNazaire, la Saison patrimoine a proposé un focus sur la fin de la Seconde Guerre mondiale et la reconstruction d'un monde pacifié. Les 80 ans des Libérations sont aussi le moment de **se questionner sur ce qu'est la paix, sur notre rapport à l'autre et notre capacité à vivre ensemble dans un respect solide et durable**.

D'avril à mai, en ville et à l'Écomusée de SaintNazaire ont eu lieu des conférences - causeries, des visites, des parcours, des ateliers pour les familles… et un temps fort lors de la Nuit des musées à l'Écomusée. Une programmation inscrite dans l'appel à manifestation d'intérêt portée par la Ville de SaintNazaire.



« *Normandie* : voyage à bord d'un mythe »

Il y a 90 ans, en mai 1935, le paquebot *Normandie* quittait SaintNazaire et effectuait sa première traversée du Havre vers New York. Véritable **fierté nationale et nazairienne, *Normandie* (1935) est le plus grand et le plus luxueux paquebot transocéanique de son époque**. Une construction hors norme, une incarnation des savoirfaire français, un temple du style Art déco, sa fin tragique dans le port de New York renforcent encore sa légende et l'élèvent aujourd'hui au rang de mythe.

À partir de mai et jusqu'à l'automne, la Saison patrimoine a mis à l'honneur ce paquebot de légende par des conférences - causeries, des visites, la projection d'un film documentaire et des ateliers pour les familles.



« Rouge, SaintNazaire s'exprime ! »

À l'automne 2025, dès les Journées Européennes du patrimoine, la programmation culturelle a valorisé les **patrimoines liés à l'engagement, la transmission, la solidarité et les luttes sociales à SaintNazaire**. Un partenariat inédit avec Tam Tam production a structuré cet axe autour du concertconté «Rouge. Mémoires d'un fleuve» présenté au théâtre Jean Bart en novembre 2025.

En avantpremière du spectacle, l'Écomusée a proposé un focus sur un **patrimoine immatériel dédié aux mobilisations populaires et ouvrières** à partir des collections et fonds patrimoniaux (musiques et chansons, photographies, film).



Dans le contexte du **déménagement des réserves muséales**, ce partenariat a permis d'accompagner la **transition vers une programmation** appelée à **se développer sans l'appui direct des collections** pour les prochaines années.

Nouveauté 2025 : une offre pérenne pour les familles « Je peux pas… j'ai musée ! »

Chaque mercredi aprèsmidi, l'Écomusée a proposé un rendezvous régulier dédié aux jeunes publics et aux familles : autour d'un thème renouvelé, ces ateliers ont permis de découvrir les collections et l'histoire de SaintNazaire à travers des formats variés et accessibles. En complément, la gratuité du 1er dimanche du mois (hors juilletaoût) a renforcé l'accueil de proximité, avec des visites et des propositions adaptées à tous les âges.

Cette nouvelle programmation, pensée en priorité pour les habitants, contribue à installer des habitudes de visite, à soutenir la fidélisation des publics et à renforcer le dynamisme du musée tout au long de l'année.

En résumé, l'élaboration de la programmation s'appuie sur des compétences multiples et partagées.



5.10.1 Fréquentation de la Saison patrimoine



La fréquentation 2025 de la Saison Patrimoine est **en baisse de 27%** par rapport à 2024, **reflet des contraintes budgétaires qui ont guidé les choix de programmation:**

Moins de médiations "évènements" lors de la Nuit des Musées (désormais un seul site / an) et des Journées Européennes du Patrimoine,

Des impressions réduites pour les supports de médiation autonomes, donc moins de visiteurs touchés,

Une réduction du personnel donc moins de médiations (1 poste de médiateur permanent en moins au Pôle patrimoine et l'embauche de 2 saisonniers en moins entrainant la fermeture estivale du tumulus).

	2025	Différence 2025/24	2024	2023	2022
Printemps	4746	51%	9747	3515	2437
Été	9385	22%	12075	11272	9305
JEP (SNAT seulement)	2949	27%	4053	4010	3880
Automnehiver	5042	10%	4593	4406	3802
	22122	27%	30468	23203	19424

Dans le détail,

PRINTEMPS 2025 = 4 730 personnes, contre 9 747 en 2024

> Forte baisse : notamment absence d'un livretjeu en autonomie à Escal'Atlantic et format plus contraint pour la Nuit des musées et le weekend de la Pentecôte

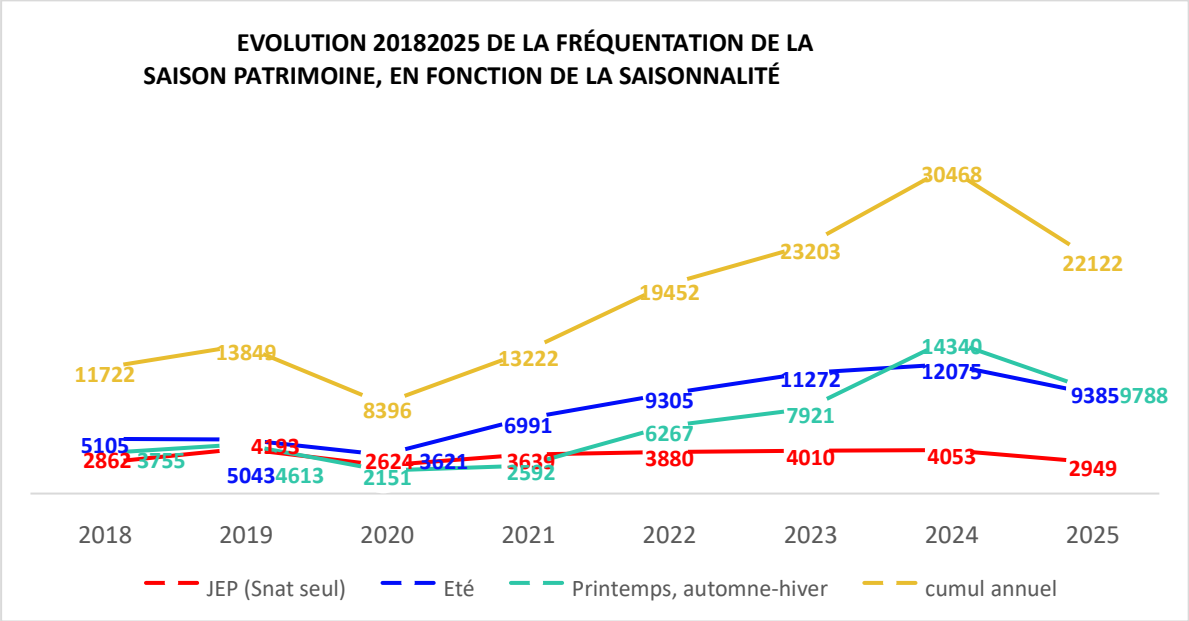
ÉTÉ 2025 = 9 385 personnes, contre 12 000 en 2024

> En retrait : fermeture du tumulus, baisse de médiations autonomes, pas d'atelier famille lié à l'expo estivale du LiFE

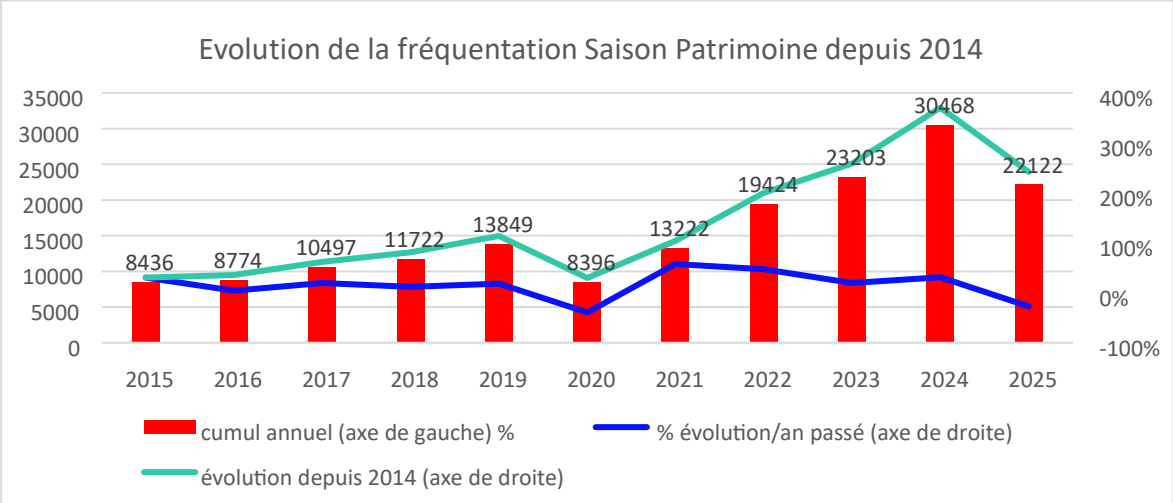
AUTOMNEHIVER 202526 = 5 042 personnes, contre 4 500 en 2024

> Progression (+10% vs 2024) : porté par le spectacle «Rouge, Mémoires d'un fleuve » (plus de 1 100 spectateurs) et la programmation « Traversée en famille » sur 4 jours autour du 11 novembre

Même si la fréquentation est en décrochage par rapport à l'an passé, la baisse s'explique mécaniquement par les choix de programmation. Il ne s'agit pas d'une perte nette de visiteurs.



>> Les contraintes budgétaires ayant dicté les choix de programmation en 2025 font retomber la programmation **au niveau de 2023**, qui était une belle année pour la Saison Patrimoine :



À noter : les visites patrimoine en ville enregistrent une progression (total 3 508 vs 3 216, soit +9%), avec de fortes dynamiques sur plusieurs formats (dont « Opération Chariot » et les parcours ludiques en famille).

Focus sur les Journées Européennes du Patrimoine



2025 a été marqué par une programmation plus légère en nombre de propositions du côté de SNAT avec **5 parcours et visites accompagnés en ville** en écho au thème national « **Patrimoine architectural** » et **6 propositions de médiation à l'Écomusée** pour mettre en lumière un patrimoine immatériel autour des **mobilisations et des formes d'expression populaires et ouvrières**.

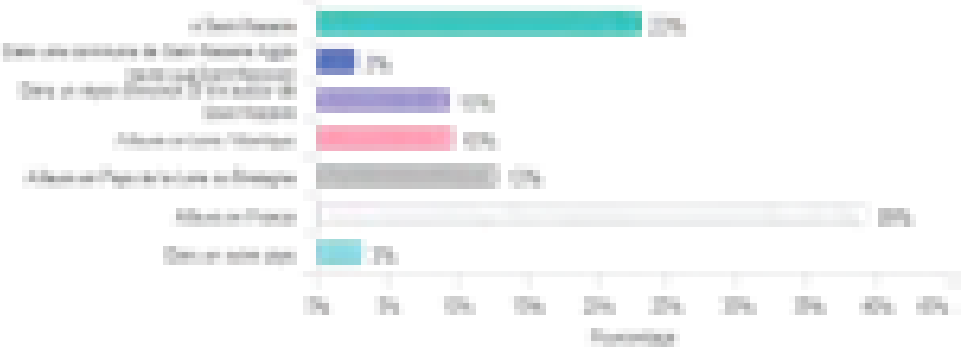
Les enseignements 2025 confirment **l'intérêt d'une offre tournée vers les familles** (effet des tarifs incitatifs lors des « weekends Renversants », part des ateliers pendant les vacances et les mercredis aprèsmidi, ouverture des sites avancée dès 9 h 30) et la **pertinence des propositions en lien avec l'actualité culturelle et locale**.

5.10.2 Le profil général des participants à la Saison patrimoine

L'analyse du public repose sur 1 575 questionnaires (soit 7% des participants à la programmation culturelle).

Les **profils varient selon les formats** : par exemple, les **familles et jeunes publics** sont davantage présents à **Escal'Atlantic**, tandis que les **60 ans et +** sont surreprésentés sur les **causeries**, ce qui met en évidence un enjeu de diversification des publics (étudiants et actifs) pour certains rendezvous.

La **provenance** confirme une majorité de **touristes** (notamment sur les visites guidées d'Escal'Atlantic et de l'Écomusée), alors que les **habitants de SaintNazaire** se mobilisent davantage sur les **causeries**, les **parcours familles** et les **ateliers pendant les vacances** (souvent grandsparents/petitsenfants).
Les habitants de **l'agglomération** restent plus difficiles à toucher hors temps forts, l'offre événementielle jouant un rôle déclencheur.



En 2025, on observe une évolution des **cellules de visite** : autant de couples sans enfant, mais **moins de parentsenfants**, et davantage de **visites en solo** ou entre **amis/collègues**.



D'année en année, les **2 premiers canaux d'information** restent nos **sites web** saintnazairetourisme.com + saintnazairemusees.com (30 %) et le **boucheàoreille** (20%). *À noter : la part des **newsletters** dans le canaux d'information a gagné 8 points et la part des **offices de tourisme et sociopro** ainsi que celle des **borchures papier** ont perdu 3 points*.



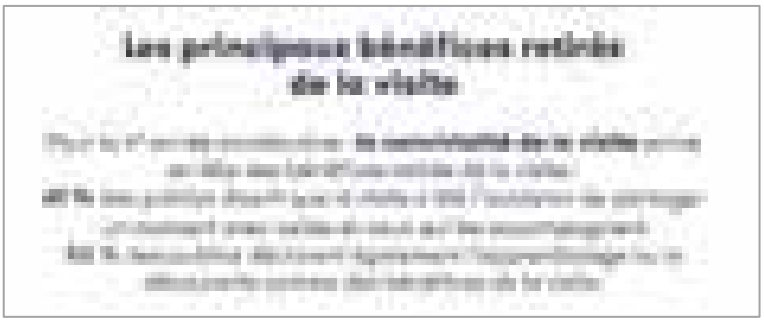
Par ailleurs, la part de **primoparticipants** baisse (64% vs 70% en 2024) au profit d'une hausse des publics **très fidèles**, en particulier sur les causeries.

Au cours des deux dernières années, avezvous suivi l'une de nos actions ?



Pour finir, 97% de nos participants déclarent avoir « tout à fait » passé un moment plaisant.

Les efforts à destination du public familial sont couronnés de succès. 90% des familles déclarent avoir « tout à fait » partagé un moment privilégié en famille, un chiffre bien supérieur à ce que nous apprend l'enquête nationale Patrimostat 2025 :



© ministère de la Culture. Enquête Patrimostat 2025

5.10.3 La conception de contenus pour tous les publics

Le service des publics est une cellule de production de contenus à destination de tous les publics. Le discours porté à travers différentes formes de médiation s'adapte en permanence aux publics ciblés et est guidé par une exigence de transmission et d'accessibilité en cohérence avec l'approche scientifique.

Sur l'année, **41 contenus** ont été **créés ou fortement réajustés**, dont:

- 4 dans le cadre du 80e anniversaire de la Libération,
- 10 contenus pour la Nuit des musées (dont 3 créations),
- 9 adaptations pour les ateliers des mercredis après-midi à l'Écomusée,
- 2 contenus ludique et créatif dans le cadre des PEAC,
- 13 propositions pour les JEP (visitesflash, atelier, jeu autonome, expo, spectacle, visites/parcours guidés et autonomes),
- 3 contenus pour « Traversée en famille ».



À cela s'ajoute des cycles de conférences - causeries pour le 80e anniversaire de la Poche et les 90 ans de mise en service du paquebot *Normandie* (1935).

En dehors des actions de médiation, la conception de contenus porte également sur la **muséographie des sites de visite**. En 2025, plusieurs séquences de la salle d'exposition permanente de l'Écomusée ont ainsi fait l'objet d'une mise à jour.



Séquence sur les maquettes des chantiers navals





Vitrine sur le caphornier *Tarapaca*

5.11 La formation et l'accompagnement des équipes de médiation

Le service des publics est engagé et mobilisé, avec les équipes du pôle Exploitation, pour la formation des collaborateurs saisonniers aux postes d'agents d'accueil et de médiation, et de guides.

Le programme de formation est construit selon une logique de progression pédagogique.



En 2025, plusieurs sessions ont été coordonnées et assurées par le service des publics.

- janvierfévriermars : saisonniers longs Escal'Atlantic et Écomusée > 5 médiateurs
- juillet : saisonniers courts Escal'Atlantic, Écomusée > 6 médiateurs

Focus sur la formation « Face public »

Le pôle patrimoine propose en 2025 un cycle de formation pour les médiateurs, saisonniers et permanents, dans un esprit de partage et d'expérimentation afin d'acquérir des outils, de cultiver des savoirfaire et de se nourrir de la pratique et des questionnements de chacun.

L'objectif cette année a été de **spécialiser les formations** avec une journée **tronc commun** puis des formations adaptées aux pratiques et besoins des différentes équipes, comme la **médiation sensible** et les **formes dédiées aux familles**.



5.12 Les actions pédagogiques à destination des scolaires

Les actions éducatives pour l'année 2025 se sont déclinées en trois axes :

- Des actions dans le cadre d'une offre globale pour l'ensemble des établissements scolaires,
- Des actions dans le cadre de Parcours éducatifs (PEAC), initiées par la Ville de SaintNazaire et destinées aux établissements publics,
- Des projets particuliers menés dans le cadre des EAC à destination des collèges et lycées de SaintNazaire

170 interventions ont été réalisées et environ et près de 3 000 élèves ont pu bénéficier de ces prestations.

5.12.1 L'offre pédagogique en chiffres

2/3 des médiations sont proposées dans l'un des sites de visite de SNAT : l'Ecomusée, Escal'Atlantic, l'Espadon et/ou EOL. Les autres propositions sont essentiellement situées dans la ville de SaintNazaire et ses différents quartiers ou bien encore au sein des établissements scolaires. Plus rarement, les élèves, dans la cadre de projets spécifiques, quittent SaintNazaire.

	Actions réalisées	%
Dans les murs	114	75
Hors les murs	56	25
	170	**100**

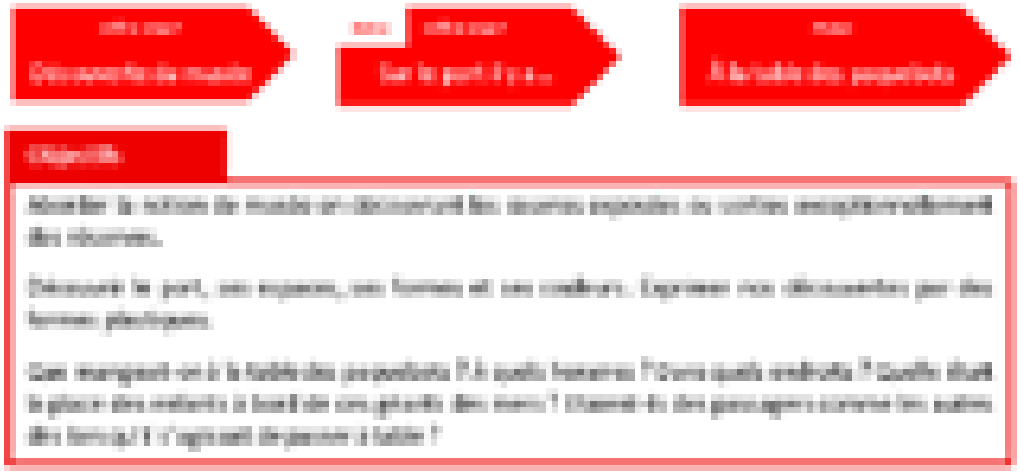
Comme depuis de nombreuses années, le nombre de d'inscriptions dépasse nos possibilités à répondre favorablement à l'ensemble de ces demandes. L'année 2025 est une année record en termes de demandes issues de l'offre pédagogique SNAT.

	Inscriptions reçues	Inscriptions validées	Actions réalisées
Offre pédagogique SNAT	229	116	104
PEAC	57	57	57
EAC	9	9	9
Toutes offres	**292**	**182**	**170**

5.12.2 Des propositions pour tous les niveaux

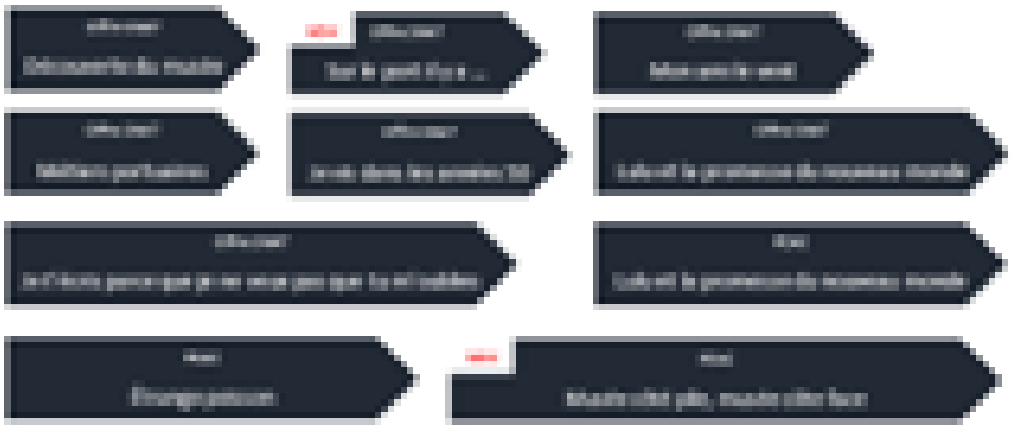
Les propositions de l'année 2025 ont permis aux élèves, de la maternelle aux enseignements supérieurs, de découvrir les différents éléments du patrimoine de la ville.

Classes de cycle 1 des écoles primaires





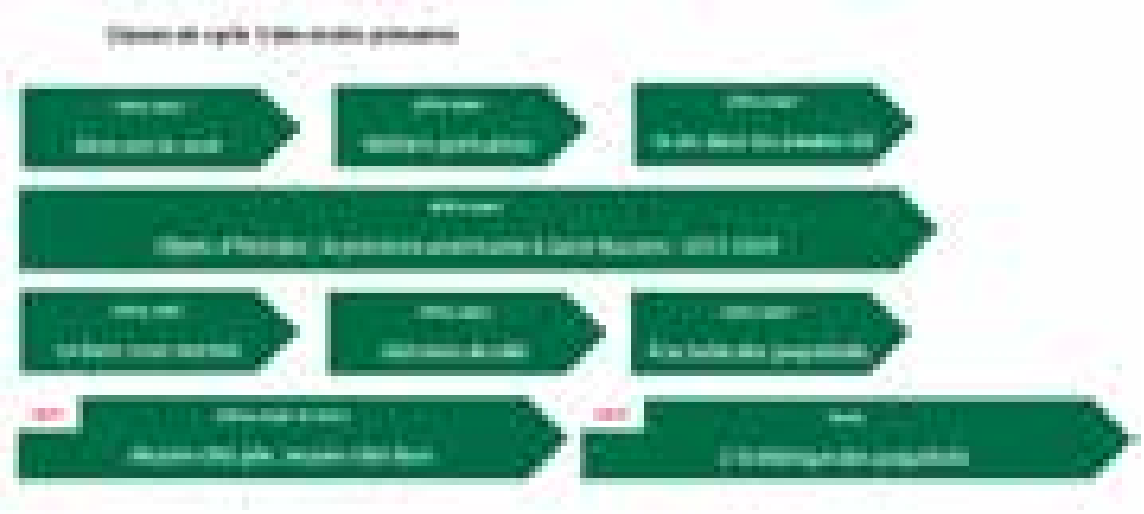
Classes de cycle 2 des écoles primaires

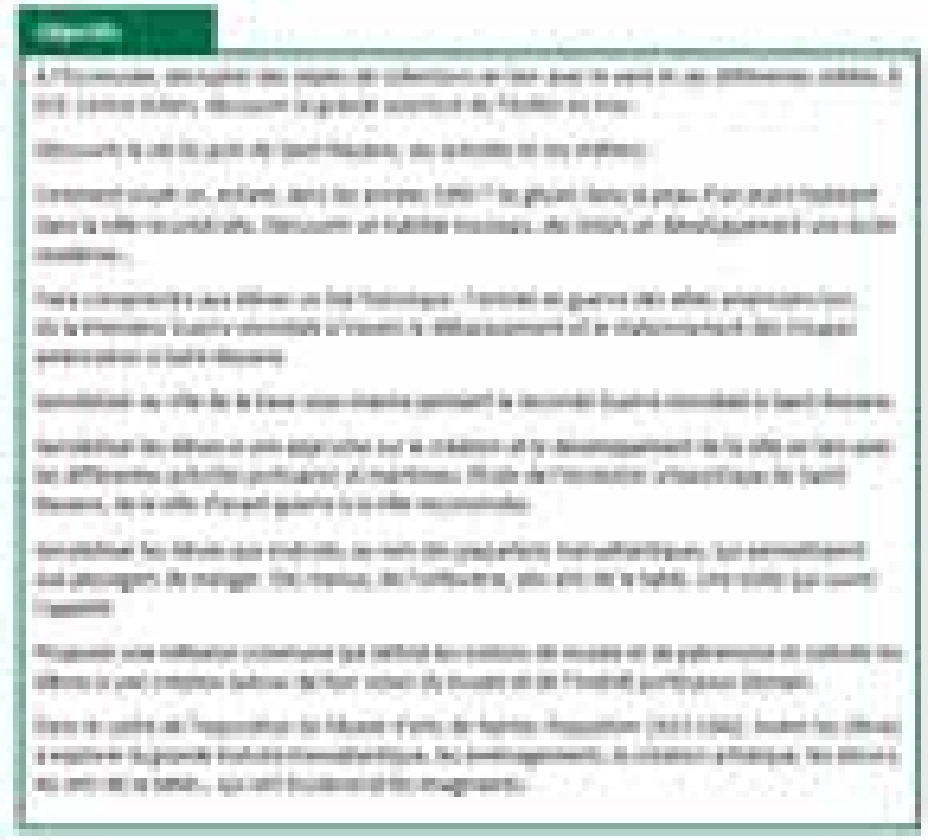






Classes de cycle 3 des écoles primaires







Classes de cycle 4 (collèges)







Classes de lycées





5.12.3 Carde d'identité du public reçu en médiation



5.12.4 L'action pédagogique, c'est aussi

Des suivis d'ateliers et de formations

Programmées le plus souvent par les structures culturelles partenaires, des sessions de formations ont été proposées pour enrichir les partenariats et définir de nouvelles ambitions pédagogiques. Plusieurs fois dans l'année des réunions de suivis des projets communs sont organisées par la Ville de SaintNazaire.

La création de mallettes pédagogiques numériques

Après la mise à disposition d'une mallette pédagogique numérique concernant le sousmarin Espadon, c'est à destination d'Escal'Atlantic qu'une nouvelle mallette, pour le secondaire, sera disponible (juin 2026).

La formation de médiateurs

Plusieurs collaborateurs, stagiaires ou permanents, ont été formés à la méthodologie de médiations à destination de publics scolaires.

Des projets collaboratifs

Pour l'année 2025, le pôle patrimoine et le service pédagogique ont créé et participé à de nombreux projets en partenariat avec les plusieurs structures culturelles de SaintNazaire et de sa région : le musée d'Arts de Nantes, l'AGASM, la troupe Cavales, le CRD de SaintNazaire, l'école des BeauxArts de NantesSaintNazaire, TamTam production, le Grand Café…

5.13. Missions transversales

Revue de presse

La revue de presse, à nouveau en place depuis 2024, a continué d'être diffusée au cours de l'année 2025. 21 revues de presses ont été publiées sur le canal Teams dédié cette année, pour un total de **1 447 articles transmis**.

Le rythme de publication hebdomadaire n'a pas toujours pu être respecté, et il y a notamment eu une pause dans leur diffusion en fin d'année, du fait de la priorité donnée à d'autres projets. Il est souhaitable de continuer à effectuer cette revue de presse en 2026 car elle est plébiscitée par ses destinataires, mais il convient de réfléchir à sa périodicité pour l'inclure au mieux dans la charge de travail.



6. Les Ressources humaines et détail du personnel par activité

Sur le plan des ressources humaines, l'année 2025 a été marquée par :

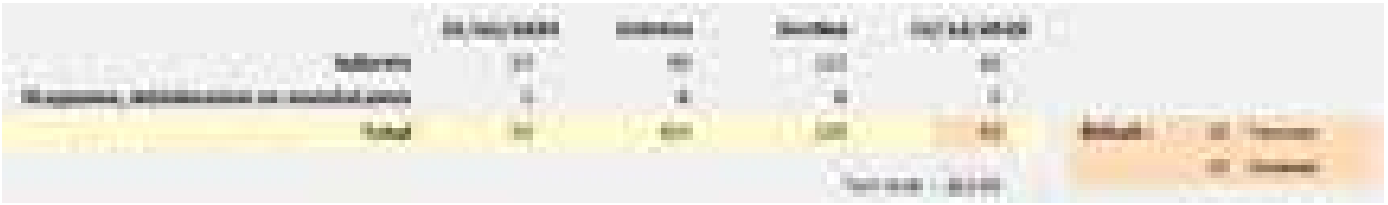
- Cinq démissions







6.1 Les ressources humaines en chiffres en 2025



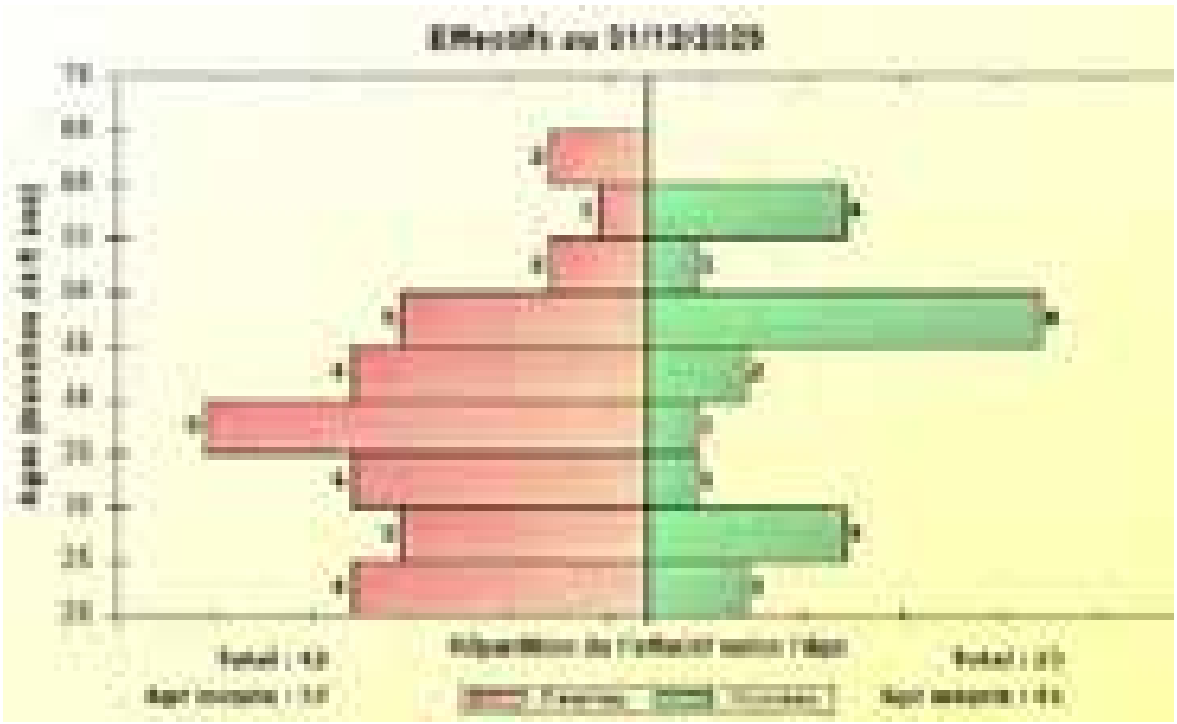
Activités (effectif en CDI)	2024	2025
direction & administration	2	2
ingénierie	1	1
marketing & communication	1	1
exploitation & régie	25	25
office du tourisme	3	4
gardiennage	12	10
Total	44	43

6.2. L'effectif de la structure au 31/12/2025

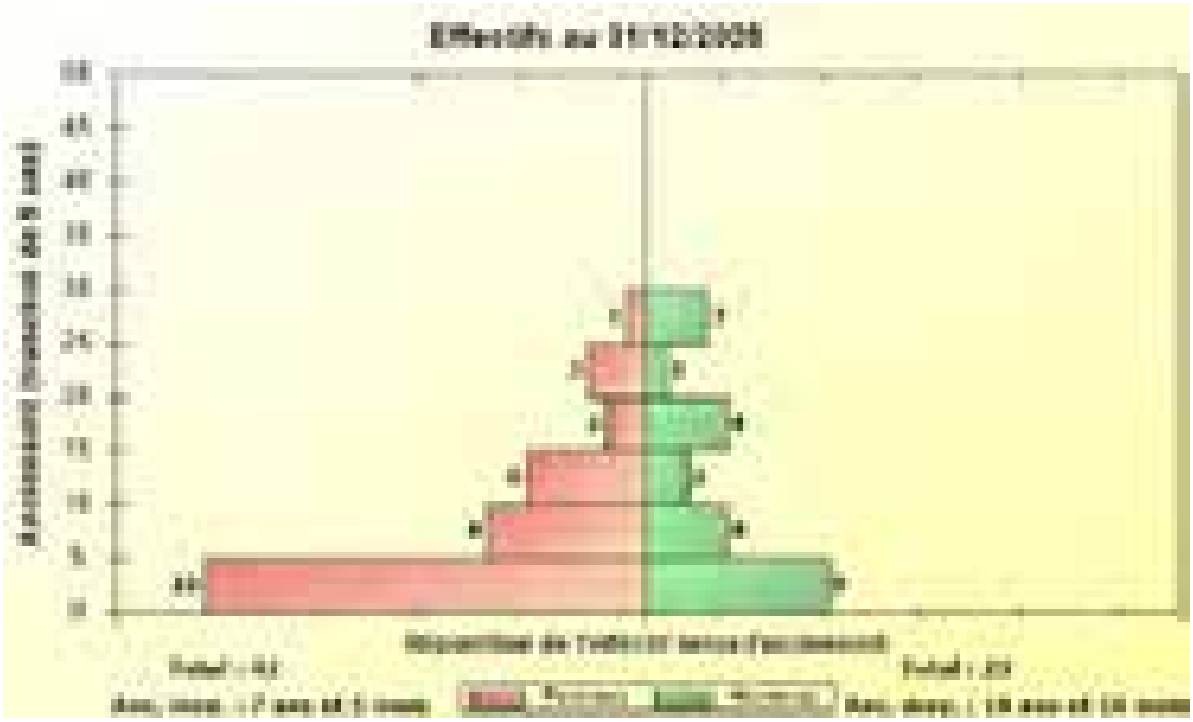




6.3. La pyramide des âges selon l'effectif au 31/12/2025



6.4. La pyramide de l'ancienneté selon l'effectif au 31/12/2025



6.5. Répartition de l'effectif moyen en 2025



6.6. Index d'égalité professionnelle femmes - hommes

Le score de l'index global d'égalité professionnelle femmeshommes 2025 : **85/100**

6.7. Les Instances Représentatives du Personnel.

Listes des membres élus

Pour le 1er collège « Employés »	**Pour le 2ème collège « Agents de maîtrise et Cadres »**
Titulaires ▪ Adeline JOURDAIN ▪ Sophie BERGER	**Titulaires** ▪ Sébastien JUBAU ▪ Virginie GUILBAUD
Suppléants ▪ Aurélie BAUDET	**Suppléants** ▪ Agathe DOUFILS ▪ Pierre LAISNE

Lors de la réunion ordinaire du CSE du 11 septembre 2025, Sophie BERGER est nommée titulaire, en remplacement d'Hélène GIRARD, démissionnaire.

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

Jeudi 27 février 2025	Jeudi 27 mars 2025
Jeudi 24 avril 2025	Lundi 26 mai 2025
Jeudi 19 juin 2025	Lundi 07 juillet 2025
Jeudi 11 septembre 2025	Jeudi 16 octobre 2025
Jeudi 20 novembre 2025	

Dates des réunions de la Négociation Annuelle Obligatoire (NAO) entre la Direction et l'organisation syndicale CGT :

Mardi 20 mai 2025
M
ercredi

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



Bilan Passif

	Report à nouveau		
	Résultat de l'exercice (perte ou bénéfice)		
	Subventions d'investissement		
	Provisions réglementées		
	Total des capitaux propres		
	Produits des émissions de titres participatifs		
	Avances conditionnées		
	Total des autres fonds propres		
	Emprunts auprès des établissements de crédit		
	Emprunts et dettes financières divers		
	Total des provisions		
	Fournisseurs et comptes rattachés		
	Dettes fiscales et sociales		
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
	Autres dettes		
	Produits constatés d'avance		
	Total des dettes		
	Ecarts de conversion passif		
	TOTAL PASSIF		
(a)	Dont à moins d'un an (a)		
(b)	Dont emprunts participatifs		

Compte de Résultat

	France	Exportation		

Compte de Résultat

[illegible]

9. Les tableaux de comptabilité analytique par activités

Les charges d'exploitation ont été réparties au prorata des surfaces occupées pour chaque activité. Il s'agit d'un résultat brut, sans intégration des charges générales et de fonctionnement.



10. Inventaire des biens

L'inventaire des biens a été réalisé en 2019 par la société Collomé Frères en lien avec les équipes de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme. Le document est disponible sur demande.

11. Faits marquants du journal de bord des travaux et maintenances réalisés par le délégataire

En 2025, la Régie générale des sites a continué à jouer son rôle de **support transverse** auprès des pôles et services de SNAT, en sécurisant l'exploitation, en accompagnant les projets, et en préparant les évolutions d'outils.

Exploitation – sécurité / conformité / continuité

- **Commission de sécurité (Escal'Atlantic)** : la commission communale de sécurité du **8 décembre 2025** a rendu un **avis favorable**, en soulignant la rigueur d'exploitation du site.
- **Bureau de contrôle** : changement de prestataire suite à des **défaillances répétées** (visites / production de rapports), avec un enjeu direct de maîtrise du risque visàvis de la commission de sécurité.
- **Chaloupes (Escal'Atlantic)** : **arrêt complet depuis décembre** suite à un doute sur un **point d'accroche** d'un moteur lors du contrôle périodique et d'un défaut de **frein moteur** sur l'autre. Les **pièces principales étant obsolètes**, les délais de remise en service s'allongent, avec impacts sur l'exploitation et la qualité de visite.
- **Protection du sousmarin Espadon / écluse fortifiée** : travail engagé avec la **DPI** pour traiter des **infiltrations croissantes** liées à l'étanchéité du toit de l'écluse fortifiée.
- Le **renouvellement des centrales de traitement d'air** d'Escal'Atlantic est programmé sur les périodes de fermeture 2027/2028 afin de limiter l'impact sur l'exploitation. La maîtrise d'œuvre est assurée par la DPI, en pilotage conjoint avec SNAT.Énergie / charges d'exploitation

- **Escal'Atlantic – raccordement au réseau de chaleur de l'agglomération** : pas de changement des modes de production, mais un **prix d'achat** revenant vers des niveaux **plus proches de l'avant Covid / crise énergétique**, avec effet attendu sur la trajectoire de charges.

- La Régie générale des sites poursuit son travail de fond visant à mobiliser et orienter les subventions d'investissement pour faire face à l'obsolescence technologique des équipements (installation, automatisme, pilotage, audiovisuel), tout en maintenant des dispositifs scénographiques au niveau des standards actuels. L'enjeu est double : sécuriser la continuité d'exploitation (fiabilité, disponibilité des pièces, conformité) et préserver la qualité de l'expérience visiteur.

  Concrètement, ces investissements couvrent à la fois des mises à niveau structurelles (notamment électriques) et des adaptations des systèmes de pilotage scénique (automates, interfaces de conduite, synchronisation son/lumière/vidéo, compatibilités matérielles et logicielles). Cette approche permet d'anticiper les ruptures liées aux matériels en fin de vie, de limiter les indisponibilités, et de préparer les évolutions scénographiques à venir.

12. La vie juridique et la gouvernance de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme

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

- Le 11 mars 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 16 septembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 25 novembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

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

- Le 11 mars 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 16 septembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 25 novembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

L'Assemblées générales s'est tenue :

- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

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

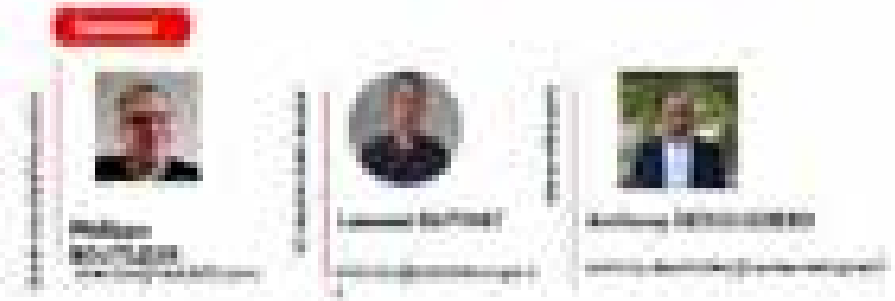
- Le 27 février 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 19 mai 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 13 octobre 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 15 décembre 2025, salle du Conseil' au siège de la SPL SaintNazaire 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 SaintNazaire Agglomération Tourisme du 13 octobre 2020, **Céline GIRARDRAFFIN est désignée Présidente Directrice générale** de la SPL SaintNazaire 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.









13. Le rapport du mandataire

1. Présentation de la société

- Historique : La SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme (SNAT) a été fondée en mars 2017 à l'initiative de la Ville de SaintNazaire et de la CARENE / SaintNazaire Agglomération.
- Objet social : Office de Tourisme Intercommunal, gestion d'équipements touristiques communautaires et valorisation du patrimoine.
- Domaine d'activité: Tourisme, culture, patrimoine, promotion territoriale.
- Adresse du siège social : 3 boulevard de la Légion d'honneur, 44600 SaintNazaire.
- Nombre de salariés : 78 salariés (25 hommes / 53 femmes).
- Répartition du capital social : 250 000€, détenu uniquement par des collectivités publiques.
- Organisation de la gouvernance : 18 administrateurs. Une assemblée spéciale regroupe les collectivités minoritaires.
- Présidente Directrice générale : Mme Céline GIRARDRAFFIN (représentante de SaintNazaire Agglomération). Directeur salarié : M. Pierre SABOURAUD.
- Administrateurs désignés par les actionnaires.
- Activités 2025: 308.450 visiteurs payants, mise en œuvre du chantier collections, mandats spécifiques pour la conception d'une exposition sous la base sousmarine et la gestion de l'accueil de l'exposition au LIFE « 1945 – 2025, SaintNazaire Ville réinventée », déploiement de la stratégie RSE, Laboratoire IA, diminution de la dotation de la ville pour les missions « patrimoine ».
- Perspectives : Centre de conservation muséale, innovation numérique, déploiement de l'Intelligence Artificielle, recomposition de la gouvernance à l'issue des élections municipales en mars 2026, exposition d'envergure à l'occasion du bicentenaire de la photographie dans Escal'Atlantic et l'Ecomusée.

2. Relations entre la société et la collectivité territoriale

- Contrats: DSP conjointe de SaintNazaire Agglomération et Ville de SaintNazaire 2022 – 2027.
- Apports en compte courant : Néant.
- Garantie d'emprunt : 150 000 € par la CARENE.
- Aides : Subventions à hauteur de 18 303 € en 2025, dont 10 750 € d'aides en faveur de l'apprentissage.

3. Modifications statutaires (5 ans)

- 2024 : Entrée du PNR de Brière au capital.
- 2020 – 2023 : Pas de modifications.

4. Évolution de l'actionnariat (5 ans)

- 2024 : PNR de Brière entre au capital.
- Pas d'autres évolutions depuis 2017.

5. Participations dans d'autres sociétés

- Aucune.

6. Risques et incertitudes

- Conjoncture internationale, inflation, modèle économique contraint lié aux capacités de financement des collectivités locales, fréquentation aléatoire, recomposition de la gouvernance.
- Traitement: optimisation des ressources financière, matérielles et humaines ; planification prudente ; innovation ; déploiement de l'IA ; stratégie marketing ajustée ; production de contenus à valeur ajoutée.

7. Prévention des faits d'atteinte à la probité

- Procédures d'achat structurées, charte éthique via stratégie RSE, schéma de délégation de pouvoir et de signature.

8. Contrôles externes

- Commissaire aux comptes : Vincent COCUELLE (ORCOM).
- Mission d'expertise comptable : Isabelle MARTIN (TGS France).

9. Contrôle analogue

- Règlement intérieur du 15/12/2020.
- Représentation des actionnaires, comités de suivi conjoint.
- Réunions tous les quinze jours entre la Présidente et le Directeur et la Présidente, le Directeur et le Directeur Général Adjoint commun aux deux collectivités.

10. Bilan de la gouvernance

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

- Le 11 mars 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 16 septembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 25 novembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

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

- Le 11 mars 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 16 septembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.
- Le 25 novembre 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

L'Assemblée générale s'est tenue:

- Le 03 juin 2025, en visioconférence et au salon du port d'Escal'Atlantic à SaintNazaire.

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

- Le 27 février 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 19 mai 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 13 octobre 2025, salle du Conseil au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Le 15 décembre 2025, salle du Conseil' au siège de la SPL SaintNazaire Agglomération Tourisme
- Taux de présence élus SaintNazaire Agglomération et Ville de SaintNazaire > 90 %.

11. Rémunération des élus et mandataires sociaux

- Aucun jeton de présence ni autre émolument.
- DG salarié rémunéré selon contrat de travail.

12. Situation financière

- CA : 4 862 849 €
- Produits: 7 658 341 € / Charges : 7 620 778 €
- Résultat net : 37 563 €
- Capitaux propres : 645 955 €
- Total bilan : 1 987 976 €
- Trésorerie : 482 532 €
- Endettement : 1 097 €

13. Répartition du chiffre d'affaires par activité

- Billetterie : 3 308 K€
- Boutique & bar : 591 K€
- Ingénierie / autres: 973 K€

14. Répartition du CA pour SEM

- Sans objet (SPL = actionnaires exclusivement publics).

Fin de document.

Revue de presse

Retombées presse 2025

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme



Date	Support	Titre	Format	Audience	Commentaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Support	Titre	Format	Audience	Commentaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Fonction	Titre	Contrat	Rémunération	Commentaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Fonction	Titre	Contrat	Rémunération	Commentaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Rapport	Titre	Format	Audience	Commentaires publication
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Rapport	Titre	Format	Audience	Commentaires publication
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Support	Titre	Format	Audience	Equivalence publicitaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		

Date	Support	Titre	Format	Audience	Equivalence publicitaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]		[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Support	Titre	Format	Audience	Commentaires additionnels
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Support	Titre	Format	Audience	Commentaires additionnels
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Date	Support	Titre	Format	Audience	Equivalence publicitaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		

Date	Support	Titre	Format	Audience	Equivalence publicitaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]		
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	

Date	Support	Titre	Format	Audience	Equivalence publicitaire
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	





Copyright Chloé Démora SNAT

#SaintNazaireRenversante



SaintNazaire Agglomération Tourisme
SPL au capital de 250 000 €
Siège sis 3 boulevard de la Légion d'Honneur F
–
44600 Saint
RCS SaintNazaire 828 620 831 - SIRET 828 620 831 00010
-
APE 7990Z



saint-nazaire

RENVERSANTE®

