



# Le voyage à Nantes

[www.levoyageanantes.fr](http://www.levoyageanantes.fr)

***A journey to Nantes***  
***Un viaje a Nantes***  
***Die Reise nach Nantes***  
***Un viaggio a Nantes***

***Dossier de présentation***  
***en date du 10 mai 2011***

## **SOMMAIRE**

### **p.3 Le Voyage à Nantes : la structure**

Le regroupement et ses objectifs  
L'organisation de la Société Publique Locale  
Le financement

### **p.6 Le Voyage à Nantes : un esprit et un projet**

Définition d'une offre culturelle permanente qui caractérise la destination  
Le choix du nom  
Un voyage initiatique

### **p.8 Le Voyage à Nantes : des objectifs**

Une destination immédiatement reconnaissable  
La stratégie de promotion nationale et internationale  
Les premières actions  
Les objectifs de fréquentation à l'horizon 2012

### **p.12 Le Voyage à Nantes 2012 : lancement par un événement**

Mise en cohérence d'un parcours  
Une ville renversée par l'art  
*Estuaire Nantes<>Saint-Nazaire, dernière édition*



# ***Le Voyage à Nantes :*** ***la structure***

## ***Le regroupement et ses objectifs***

*Le Voyage à Nantes* est une structure née de la volonté politique de Nantes Métropole et de la Ville de franchir une nouvelle étape pour s'imposer dans le concert des villes européennes et mondiales, notamment en terme touristique : se positionner et s'affirmer en tant que destination, i.e se déterminer « comme lieu d'arrivée, lieu vers lequel on se dirige » car l'attractivité est facteur de croissance et de créations d'activités.

Le choix opéré, effectif depuis le 18 janvier 2011, a été de regrouper :

- l'Office de Tourisme de Nantes Métropole ;
- la Sem Nantes Culture et Patrimoine qui gère par délégation de service public deux sites touristiques phares – le Château des ducs de Bretagne dirigé par Bertrand Guillet et les *Machines de l'île* dirigées par Pierre Oréface – , ainsi que les cryptes de la cathédrale, la librairie du Musée des Beaux-Arts, le site des Chantiers ;
- l'activité *Estuaire* dont le parcours artistique a été vécu dès 2007 comme un « accélérateur » dans la construction de la métropole.

Les objectifs sont de gagner en lisibilité grâce à un seul acteur identifié et légitimé, en cohérence grâce à une stratégie de promotion unique pour concevoir, assembler et commercialiser l'offre, en simplicité d'accès grâce à une seule centrale de réservation.

Chacun des équipements et chacune des activités garde donc son autonomie en terme de contenu mais partage une seule stratégie : que tout concourt à la bonne promotion de la destination.

## ***L'organisation de la Société Publique Locale (SPL)***

Une Société Publique Locale est un récent statut créé par le législateur le 28 mai 2010. Elle est constituée sous la forme d'une société anonyme dont le capital est exclusivement détenu par des collectivités locales.

La SPL *Le Voyage à Nantes* dispose d'un capital social de 1 million d'euros (inchangé par rapport à celui de la SEM Nantes Culture et Patrimoine) actuellement détenu par Nantes Métropole (72%), la Ville de Nantes (18%), le Département de Loire-Atlantique (5%) et la Région des Pays de la Loire (5%).

Il est prévu que Nantes Métropole cède entre 4 et 6% de ses parts afin que la Ville de Saint-Nazaire et les communautés de communes Loire et Sillon, Cœur d'Estuaire et Sud Estuaire entrent à leur tour au capital de la SPL, signe d'une volonté politique affirmée d'ouvrir le territoire de coopération du *Voyage à Nantes*.

*Le Voyage à Nantes* est dirigé par Jean Blaise, une nomination qui confirme le choix de la culture et du patrimoine comme leviers de l'attractivité touristique, comme facteurs de cohésion et de développement.



*Le Voyage à Nantes* c'est une seule équipe qui compte près de 80 salariés en son siège et 200 au total avec les salariés des sites qui la composent.

**L'équipe de direction :**

Secrétariat Général / Direction Projet / Conseiller du directeur / Direction Commerciale et marketing / Direction Promotion internationale / Direction Tourisme / Direction Financière / Direction Ressources humaines / Direction Technique / Développement Relations Entreprises / Direction Communication.

**Le Conseil d'Administration de la SPL**

Est composé de 16 élus désignés par les collectivités actionnaires. Présidé par Valérie Demangeau, Vice-présidente Tourisme de Nantes Métropole, ses deux vice-présidents sont Jean-Louis Jossic, Adjoint Culture de la Ville (ex-Président de la SEM Nantes Culture et Patrimoine), et Rachel Bocher, adjointe au Maire de Nantes, conseillère communautaire (ex-Présidente de l'association OTNM).

Il compte également deux administrateurs représentant les professions et activités intéressées au tourisme : Monsieur Jean-François Gendron, Président de la CCI, et Pierre-Yves Chantreau, représentant du Conseil des acteurs du tourisme que nous avons fondé le 14 février 2011.

## **Le financement**

– La SPL *Le Voyage à Nantes* est majoritairement financée par les collectivités locales actionnaires qui lui confient des missions en contractualisant directement avec elle.

Nous sommes aujourd'hui titulaire de trois délégations de service public qui pourront, à l'initiative des collectivités délégantes, être renouvelées et adaptées :

– la délégation de service public pour la promotion et le développement touristique de Nantes Métropole.

Jusqu'en 2010, le budget annuel a été d'environ 4M€ financés à parts égales par les recettes propres de l'Office de Tourisme et une subvention de Nantes Métropole.

– la délégation de service public pour la gestion du Château des ducs de Bretagne. Depuis 2007, le budget annuel est d'environ 8,3M€, majoritairement financés par une subvention de la Ville de Nantes (7,2M€).

– la nouvelle délégation de service public pour la gestion des *Machines de l'île* incluant depuis janvier 2011 la construction et l'exploitation du *Carrousel des Mondes Marins*, l'exploitation de l'*Éléphant* et de la *Galerie des Machines*.

Le budget prévisionnel de l'opération d'investissement des *Mondes Marins* est de 10 M€ (financé par Nantes Métropole avec le soutien de la Région, du Département, du FEDER, du Fond National d'Aménagement et de Développement des Territoires, à hauteur de 60%).

Le budget d'exploitation prévisionnel annuel des *Machines de l'île* à partir de l'ouverture des *Mondes Marins* (juillet 2012) est de 5,5M€/année pleine financés à 79% par des recettes propres.



La SPL *Le Voyage à Nantes* est également chargée de poursuivre la réalisation du parcours pérenne d'*Estuaire Nantes* <> *Saint Nazaire* dont elle prépare la 3<sup>e</sup> et dernière édition qu'elle organisera dans le cadre juridique et financier prévu dès 2007 avec les partenaires publics et pour l'ensemble de la manifestation 2007-2009-2012, soit environ 7,5M€ par édition (financée à 66% par les collectivités locales et l'État, 25% par des partenaires entreprises, et 9% par des recettes propres).

À l'issue de la manifestation, la SPL *Le Voyage à Nantes* poursuivra la gestion du parcours en organisant sa mise en tourisme et en assurant l'entretien des œuvres pérennes.

### **Un réseau d'entreprises engagées, ancrées dans le territoire**

Avec, en 2007, la réouverture du Château des ducs de Bretagne, l'inauguration des *Machines de l'île* et la création d'*Estuaire Nantes* <> *Saint-Nazaire*, un grand nombre d'acteurs économiques du territoire a déjà choisi d'accompagner et de soutenir la création d'une offre durable et singulière sur la destination.

L'Office de Tourisme de Nantes Métropole a mobilisé des entreprises partenaires autour de ses actions de valorisation de la destination, notamment à travers ses opérations autour de la cuisine et des vins de Nantes.

Aujourd'hui, *Le Voyage à Nantes* rassemble plus de quarante entreprises partenaires qui, pour certaines d'entre elles, ont d'ores et déjà confirmé leur engagement jusqu'en 2012.

Trois Clubs entreprises (*Estuaire*, *Château*, *Machines*), initiés en partenariat avec la CCI Nantes Saint-Nazaire, rassemblent quant à eux près de cent entreprises adhérentes.

*Le Voyage à Nantes* permet au plus grand nombre des acteurs du territoire de fédérer leurs ambitions autour d'un projet commun : mettre l'art et la culture au cœur du développement de l'attractivité du territoire.

Les entreprises partenaires du *Voyage à Nantes* s'associent ainsi à un développement territorial qualitatif, pensé à long terme, aux côtés des partenaires institutionnels, des professionnels du tourisme et des partenaires culturels et associatifs.

Au total, les entreprises partenaires contribuent en 2011 à plus de 1,2M€ au *Voyage à Nantes*, sans compter les nombreuses opérations événementielles, qui représentent des recettes annuelles d'environ 370 000 €.

*Le Voyage à Nantes* favorise en outre pour l'ensemble de ses projets le savoir-faire des entreprises du territoire : des centaines d'entreprises ont été impliquées dans la rénovation du Château, la création des *Machines de l'île* et la réalisation des œuvres d'*Estuaire Nantes* <> *Saint-Nazaire*.

### **Partenaires Officiels :**

Le Château des Ducs de Bretagne :  
Crédit Agricole

*Les Machines de l'île* :  
Crédit Mutuel, Groupe Brémond, EDF

*Estuaire Nantes* <> *Nazaire* (édition 2009) :  
Total, Groupe Coupechoux, Suez Environnement, SFR, EDF, Unibail-Rodamco



# ***Le Voyage à Nantes :*** ***un esprit et un projet***

Alors que sur l'échiquier national et européen Nantes se trouve dépourvue d'un patrimoine d'exception, elle se distingue sur ce même échiquier par une politique culturelle exemplaire qui depuis 20 ans n'a de cesse de la caractériser.

Aujourd'hui se distinguer ne suffit plus encore faut-il se rendre immédiatement reconnaissable au plus grand nombre.

Notre mission est de concrétiser la destination et affirmer sa position dans la compétition des métropoles à un niveau national et européen.

Concrétiser la destination, c'est définir et caractériser une offre permanente, la rendre cohérente, la commercialiser et la promouvoir dans sa singularité et son exemplarité, et rendre évidente son attractivité.

## ***Définition d'une offre culturelle permanente qui caractérise la destination : l'existant à promouvoir***

La métropole est un des pôles culturels, artistiques, créatifs majeurs en France : il s'agit de le montrer.

### ***– Mise en valeur de la richesse de ses équipements culturels :***

Musée des Beaux-Arts, le lieu unique, Château des ducs de Bretagne, Nantes-Angers Opéra, centre d'art du Hangar à Bananes, *Les Machines de l'île*, œuvres d'*Estuaire*, ...

Sans oublier les constructions en cours : Mémorial de l'abolition de l'esclavage de Krzysztof Wodiczko, le Carrousel des *Mondes Marins*, la finalisation du parcours pérenne d'*Estuaire Nantes* <> *Saint-Nazaire*, La Fabrique.

### ***– Mise en valeur d'un patrimoine historique et contemporain :***

Passage Pommeraye, Cours Cambronne, cathédrale, patrimoine portuaire, architecture contemporaine sur l'Île de Nantes, Cité radieuse de Le Corbusier, parcours pérenne d'*Estuaire*...

*Le Voyage à Nantes* a pour priorité de faire valoir cet ensemble : un monument dispersé, un parcours d'une richesse sans équivalent en France hors Paris.

*Le Voyage à Nantes* c'est l'offre phare d'une destination enviée en tant que ville d'art et de culture.

### ***– Mise en valeur d'un patrimoine territorial :***

À ce socle, s'agrège un ensemble d'atouts qu'il convient de promouvoir : *Le Voyage à Nantes* se décline alors en *Voyage à Nantes* vers le littoral atlantique, *Le Voyage à Nantes* vers le vignoble... ainsi que dans une singulière convivialité au travers du travail effectué en direction de la gastronomie.

Au fil des années, ce socle sera enrichi fonction des opportunités (Nantes Capitale verte de l'Europe en 2013, réouverture du Musée des Beaux-Arts en 2014...) de nouvelles pratiques seront à inventer, de nouvelles cibles et de nouveaux marchés seront à toucher. La direction projet du *Voyage à Nantes* est l'équipe qui, par son savoir-faire et ses compétences, définira les opportunités à saisir et suivra leur mise en œuvre, des études jusqu'à leur réalisation.



## Le choix du nom

À contre courant de la course échevelée de nombreuses villes pour se doter d'une marque qui tenterait l'impossible « résumé » de valeurs partagées, ambitions ou esprits, nous avons fait le choix de la clarté et de la simplicité qui affirme que la destination se suffit en elle-même : *Le Voyage à Nantes*

Ce nom dans lequel raisonne la devise de Nantes (Nantes favorise les voyageurs), marque que Nantes se définit certes comme lieu d'arrivée mais aussi comme porte ouverte sur le monde.

*Le Voyage à Nantes* porte l'idée de mobilité, une invitation à humer l'air singulier d'une destination tout en favorisant la redécouverte de sa propre ville.

Ce nom manifeste de lui-même un sentiment d'appartenance et soutient notre volonté d'un projet à long terme qui transformera durablement les sensibilités.

Facilement déclinable (*Le Voyage à Nantes, Le voyage vers...*), il ouvre à une appropriation aisée par chacun selon les projets, les destinations et ses usages.

## Un voyage initiatique

*Entrer au lieu unique... découvrir la collection permanente du Musée des Beaux-Arts... entrer dans la cathédrale par les cryptes... admirer Nymphéa à la surface du Canal Saint-Félix... faire connaissance avec l'histoire de Nantes grâce à son musée au Château des ducs... profiter d'un point de vue méconnu sur la vieille ville... s'arrêter boire un verre dans une sculpture... se laisser aller à une balade à dos d'éléphant ou à un tour de manège monumental... partager un moment de notre histoire au Mémorial de l'abolition de l'esclavage... connaître le temps qu'il fera dans 4h grâce à un immense indicateur météorologique sur la façade d'un immeuble... embarquer pour une croisière à la découverte du patrimoine naturel de l'estuaire et des œuvres qui jalonnent les rives jusqu'au littoral...*

Grâce au dialogue constant entre art et patrimoine historique ou contemporain, matériel et immatériel, et à l'exigence de qualité d'animation commune de ses « éléments », *Le Voyage à Nantes* fait le pari d'un parcours cohérent qui, par l'esprit singulier de sa mise en tourisme projettera Nantes au rang de destination incontournable.

*Le Voyage à Nantes* c'est inviter à une appropriation individuelle et collective du territoire par l'art de « l'irruption » et la volonté de déroger à l'ordinaire : les œuvres se trament dans le rapport au paysage qu'elles font valoir en retour et imprègnent notre démarche de mise en tourisme.

À la pertinence contextuelle des œuvres installées définitivement sur le territoire, répond la fantaisie démesurée, ludique et fictionnelle des *Machines de l'Île* : les machines sont littéralement à activer et *L'Éléphant* nous « transporte » : si Royal de luxe spectacularise le monde urbain grâce à ses événements, la parade quotidienne du pachyderme des *Machines*, créé par Pierre Oréface et François Delarozière, est devenue un rituel quotidien pour les habitants de la métropole. Équipement de loisir, il dépasse son statut d'attraction par sa simple situation géographique : en étant au cœur de l'Île de Nantes, il rallie de facto un projet culturel d'aménagement du territoire grâce à l'imaginaire Vernien et au parfum de merveilleux qu'il répand dans la cité.



# ***Le Voyage à Nantes : des objectifs***

## ***Une destination immédiatement reconnaissable***

Le regroupement permet d'opérer un état des lieux de la communication existante de chacun des sites dont nous avons la gestion, de l'analyser pour une mise en cohérence dans le respect de leur identité et de leur singularité.

Nantes souffre surtout d'un déficit d'image (pas d'images emblématiques comme peut l'être un Musée Guggenheim ou... une Tour Eiffel !) : mise en place d'une communication *Le Voyage à Nantes* qui soit immédiatement reconnaissable par tous.

L'objectif est de faire entrer Nantes dans le Top 5 des destinations urbaines françaises et de s'appuyer sur cette position pour nous introduire de manière visible dans la cour européenne.

Selon le plan de communication et les stratégies ci-dessous, des outils d'observation et d'évaluation seront mis en place.

## ***La stratégie de promotion nationale***

Avec 3 français sur 4 qui voyagent au moins une fois dans l'année et 90% de leurs séjours réalisés en France, le marché domestique reste la clientèle source pour la destination.

Les grandes tendances observées sur ces marchés sont :

- le développement des « city break » : réduction du temps des vacances principales au profit d'un accroissement des courts séjours et vacances additionnelles perçues comme de véritables vacances ;
- le développement du tourisme de proximité accompagné d'une grande attention aux dépenses connexes (restaurants, achats...) ;
- l'utilisation croissante d'internet pour s'informer, comparer, préparer et réserver son séjour ;
- une recherche des meilleures offres avec un rapport « plaisir/prix » plutôt que qualité/prix.

L'objectif est d'augmenter la fréquentation pour contribuer au remplissage optimum de toutes les structures d'accueil en toutes saisons, et en particulier le week-end et les vacances scolaires. Les axes de développement sont :

- faire de Nantes une destination de courts séjours : c'est le cœur du marché et la priorité commune à tous les hôteliers en s'appuyant sur des thématiques fortes (art et culture, éco-tourisme et arts de vivre à la nantaise, univers du fluvial et du maritime) ;
- positionner Nantes comme une étape incontournable sur le marché des séjours itinérants (Bretagne, Loire à vélo, gastronomie et vins) ;
- toucher nos visiteurs « Affaire » et les faire revenir pour des motifs personnels.



**Les villes ciblées sont :**

- Paris.
- Grand Ouest (Rennes, Vannes, Quimper, Brest, Saint-Malo, La Rochelle et axe de la Loire)
- Lyon
- Bordeaux
- Marseille
- Toulouse
- Lille

Cette sélection a été élaborée sur l'accessibilité aérienne et/ou ferroviaire (environ 2h maxi de trajet et ligne directe) et les liens qui peuvent nous lier à ces villes, notamment culturels.

Le bassin nantais occupera une place de choix dans nos actions. Avec 60% d'hébergement non marchand de nos visiteurs, les habitants de la métropole sont les premiers ambassadeurs de notre destination. La réflexion porte sur la mise à disposition d'offres exclusives, d'informations privilégiées, de programmes de fidélisations.

## **La stratégie de promotion internationale**

Pour contribuer efficacement à développer la notoriété de la métropole à l'international, notre choix est dans un premier temps de concentrer les moyens sur les marchés européens de proximité.

**Les villes ciblées sont :**

- Manchester et Liverpool (Londres pour « cibles pros »)
- Dusseldorf, Essen (Berlin pour « cibles pros »)
- Anvers (Bruxelles pour « cibles pros »)
- Amsterdam/Rotterdam
- Bâle/Genève
- Madrid / Barcelone
- Milan

**Cette sélection a été élaborée sur :**

- l'accessibilité aérienne et/ou ferroviaire (environ 2h maxi de trajet et ligne directe)
- la clientèle étrangère actuelle (anglais, espagnols, allemands) et celle en développement (belges, hollandais, suisses, italiens).
- les liens existants entre Nantes et ces villes (institutionnels, artistiques, culturels ou économiques)

**Pour optimiser la fréquentation étrangère et assurer des retombées économiques, il s'agit de :**

- Établir un réseau de prescripteurs (Atout France, Tours Opérateurs, réceptifs, transporteurs) qui assureront la programmation de Nantes.
- Mettre en place un plan d'action spécifique selon les marchés des villes cibles (communication, opérations spécifiques avec notre réseau culturel...).
- Travailler en concertation avec l'aéroport Nantes Atlantique, le Comité départemental de tourisme et la Sem régionale pour le développement et la création de lignes aériennes, notamment sur Düsseldorf et Bruxelles
- Développer notre qualité d'accueil (accès aux visites en langues étrangères, créneaux exclusifs, etc.).



## Les premières actions

### Communication

#### – *Cartoville Nantes et Guide du Routard Nantes et ses environs*

Deux grands guides touristiques ont choisi de dédier une édition à Nantes. Successivement mis en vente en mars (*Cartoville*) puis en avril 2011 (*Routard*), ces parutions contribuent à faire connaître notre destination. Leurs sorties ont été un événement pour tous les habitants de la région.

#### – La refonte du site internet [www.nantes-tourisme.com](http://www.nantes-tourisme.com)

Il s'agit de faire du site le premier portail touristique de Nantes assurant l'ensemble des fonctions (information, vente, fidélisation, 2.0), en développant un référencement exemplaire et des actions de web marketing ciblées.

### Des nouveaux « outils »

#### – Le Conseil des acteurs du tourisme

Notre ambition doit associer l'ensemble des professionnels du tourisme et, plus largement les acteurs du territoire qui contribuent au développement de la destination. Cette mobilisation doit s'appuyer sur un diagnostic partagé et une stratégie commune fondée sur l'expertise et la créativité de chacun.

À cette fin et grâce à une délibération du 10 décembre 2010, Nantes Métropole nous a demandé de constituer et d'animer un « conseil des acteurs du tourisme » qui aura vocation à être un lieu d'échange et de travail sur le développement touristique.

Les missions de ce conseil sont de contribuer à nous éclairer sur les différents aspects de la stratégie de développement touristique, notamment sur les thématiques suivantes : connaissance de l'offre et moyens de l'améliorer, qualité de l'accueil, connaissance des clientèles, commercialisation...

Il regroupe un collège issu des entreprises du tourisme (hébergements et restauration, sites et opérateurs touristiques, autres acteurs économiques à dimension touristique comme les représentants des commerçants, les agences réceptives, les traiteurs, ou encore les entreprises de transport), et un collège composé d'acteurs institutionnels et associatifs du tourisme (institutions, transports, associations...).

L'organisation annuelle se compose d'une rencontre plénière semestrielle convoquée avec pour ordre du jour les questions d'actualité sur le tourisme dans la métropole, organisées autour de la diffusion d'un baromètre de l'activité touristique suivi d'un temps d'échange sur un thème spécifique d'intérêt stratégique avec l'intervention d'un expert et/ou le témoignage de membres du conseil.

Un bureau de 10 membres est élu par le Conseil pour une durée de trois ans. Il se réunit au moins trois fois par an.

Le Conseil peut associer librement et ponctuellement à ses travaux toutes structures, associations, organismes, experts qui lui paraissent utiles à l'enrichissement de la réflexion.



#### – L’agenda événementiel de la destination

Cet agenda événementiel partagé – en cours de création – permettra de répondre à une attente des différents acteurs de la métropole ainsi que de doter *Le Voyage à Nantes* d’un outil efficace à la promotion de la destination.

Toutes les activités au sein la Métropole (qu’elles soient culturelles, professionnelles, sportives...) mais aussi au niveau national et international seront recensées dans cet agenda. Il sera disponible aux professionnels et aux décideurs en fonction de leurs besoins afin de favoriser la prise de décision et de participer à l’effort de qualité de la destination.

#### **Collaboration d’ampleur avec des partenaires culturels**

- *Les Machines de l’île* au Salon nautique 2010
- *Folle journée* : des séjours packagés mis en vente à l’usage exclusif des touristes. Au total, 5 000 places de concerts à commercialiser
- Anvers 2011 : spectacle de *La Machine*
- Royal de Luxe : notre ambassadeur lors de ses tournées à l’international

## **Les objectifs de fréquentation**

Un travail d’analyse sur l’observation de la fréquentation touristique et de ses retombées économiques sur Nantes Métropole, associant les acteurs concernés (Observatoire Régional du Tourisme, INSEE, CCI, AURAN...) est en cours.

Il vise à établir un premier état des lieux partagé sur l’activité touristique nantaise aujourd’hui et à préparer les scénarii d’évolution de la fréquentation à l’horizon 2012.

La SPL mettra également en place une cellule de veille et d’observation qui communiquera mensuellement une lettre de conjoncture aux acteurs du tourisme.



# ***Le Voyage à Nantes 2012 : lancement par un événement***

C'est par un événement que s'introduit la pérennité du *Voyage à Nantes*. Par définition, éphémère et concis, l'événement sera le temps fort qui permet de marquer dans les esprits l'offre pérenne qui se révèle.

2012 se présente comme une échéance pertinente pour que cette nouvelle dynamique incarnée par *Le Voyage à Nantes* prenne son sens et son essor, permette à chacun de porter haut l'attractivité et la qualité de vie de notre territoire.

L'événement qui se dessine à l'horizon 2012 n'est pas un produit d'appel. Il est la révélation de ce « socle » existant – patrimonial, culturel, artistique – le rappel de la puissance d'invention à l'œuvre.

*Le Voyage à Nantes, l'événement, aura lieu du 15 juin au 2 septembre 2012.*

## ***Mise en cohérence d'un parcours***

Ce parcours (cf ci-dessus « le socle ») doit être immédiatement identifié par tous, habitants et visiteurs. Nous inviterons un artiste, graphiste ou designer pour nous accompagner dans la concrétisation, matérielle et poétique, de ce cheminement au travers de la ville puis, à terme, des différents itinéraires du *Voyage à Nantes* (rives de l'estuaire, de l'Erdre, de la Sèvre et de la Loire).

## ***Dernière édition de l'événement biennal Estuaire Nantes <> Saint-Nazaire***

Ce sont des nouvelles oeuvres qui viennent ponctuer ce parcours dans la métropole et vous emmènent à la découverte de ce territoire fascinant entre richesses naturelles et patrimoniales.

Une maison dans la Loire qui semble couler dans le fleuve mais ne coulera pas, des chambres d'artistes dans un élégant château situé à mi-chemin entre le centre de Nantes et la Côte de Jade qui sont autant de portes vers des univers fantasmagoriques, une croisière jusqu'à Saint-Nazaire...

Œuvres pérennes (éditions 2007 et 2009) signées Angela Bulloch, Daniel Buren & Patrick Bouchain, Gilles Clément, Jimmie Durham, Tadashi Kawamata, Ange Leccia, François Morellet, Roman Signer, Erwin Wurm...

Détail ci-après.



## **Les chefs d'oeuvres de la collection du Musée des Beaux-Arts**

Fermé du 25 septembre 2011 à mi 2013 pour des travaux d'extension et de rénovation, les oeuvres s'exilent dans différents lieux de la ville et créent l'effet de surprise (Commissaire : Jean de Loisy).

### **L'ouverture du Carrousel des Mondes Marins**

Véritable théâtre à 360°, cette structure gigantesque, imaginée par François Delarozière et Pierre Oréface, accueillera, à l'été 2012, le public dans une incroyable sculpture urbaine dédiée à la mer.

D'étranges et inquiétantes créatures marines tourneront dans une gigantesque pièce montée sur trois niveaux pour découvrir la mer dans tous ses états, depuis les fonds marins, les abysses, et jusqu'à la surface des océans.

### **La ville renversée par l'art**

Les rues de Nantes, les restaurants, les hôtels se transforment grâce aux Brigades d'Interventions Plastiques et l'art déroge à l'ordinaire. Des propositions insolites, décalées, poétiques envahissent la ville jusque dans ses moindres recoins.

Dans cette programmation, *Le Voyage à Nantes* entend inscrire son soutien à la jeune création en travaillant en étroite collaboration avec les écoles d'art, d'architecture, de design, ou encore l'École du Bois.

### **La cuisine à Nantes**

La gastronomie nantaise est éclatante de fraîcheur : poissons et fruits de mer, légumes, fruits, viandes, ... C'est la première région française en signes officiels de qualité : 134 labels rouges, 40 AOC, ... ! Le talent de nos chefs sera mis à l'honneur dans des lieux conviviaux pour faire savourer le meilleur de nos produits.

Deux opérations d'envergure : Les Tables de Nantes et le festival *Les Goûts Uniques*.





**Contact Presse (jusqu'au 1<sup>er</sup> avril 2011) :**  
**Stéphanie Olivier / T. 02 51 82 15 37**

Un projet culturel pour la promotion de la destination Nantes Métropole  
Gestion de sites par délégations de service public (Château des ducs de Bretagne,  
Machines de l'Île...) – Parcours Estuaire Nantes<>Saint-Nazaire.