



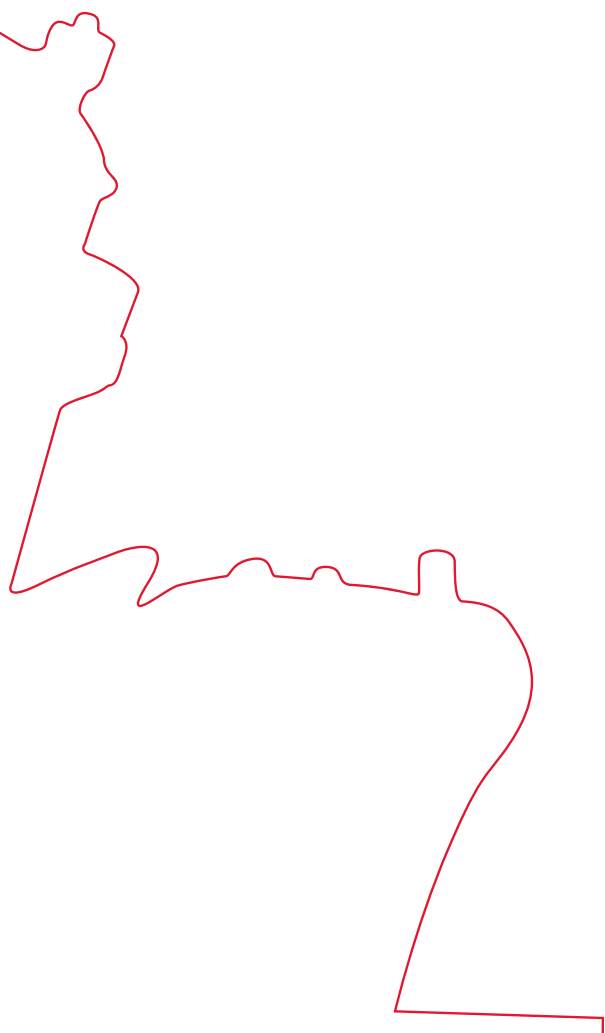
6 Allée
Brancas

DOSSIER DE PRESSE

VITRINE TOURISTIQUE

DÉPARTEMENTALE

6 ALLÉE BRANCAS À NANTES



CONTACT PRESSE

Hervé Baudet

T. 02 51 72 95 42

h.baudet@ohlaloireatlantique.com

LA VITRINE, LE REFLET D'UN DÉPARTEMENT ANIMÉ ET SURPRENANT !

La Vitrine Touristique Départementale, à l'image de la nouvelle marque touristique de la Loire-Atlantique OH LA Loire-Atlantique !¹, est un espace authentique, accessible et personnalisé où le public pourra participer à des animations et découvrir les richesses et opportunités touristiques, culturelles et de loisirs de la Loire-Atlantique.

Un concept novateur

Née de la volonté de Patrick Mareschal, Président du Conseil général de Loire-Atlantique, la création d'une « Vitrine Touristique Départementale » a été confiée en avril 2008 au Comité départemental du tourisme (CDT) de Loire-Atlantique. Élément fort de la politique touristique de la Loire-Atlantique, cette Vitrine a pour vocation d'être un espace d'accueil, de découverte, de convivialité et d'échanges pour les touristes de passage à Nantes, mais aussi et surtout pour les nantais et les habitants du Département. En d'autres termes, faire des habitants de Loire-Atlantique des ambassadeurs de leur territoire et des touristes de leur propre département.

Première étape : trouver un lieu au cœur du département pouvant accueillir la future Vitrine.

Le centre-ville de Nantes, arrêt Commerce, s'avère être un emplacement privilégié et un atout non négligeable pour faire de ce lieu la « Vitrine des coins sympas » en Loire-Atlantique.

C'est donc 6 allée Brancas, dans les 120 m² d'une ancienne société de crédits, que des bureaux cloisonnés allaient se métamorphoser en un nouvel espace vivant et chaleureux, dédié aux richesses touristiques de la Loire-Atlantique.

Un espace animé, une Vitrine OH LA L.A. !

Cette Vitrine n'a pas pour but de ressembler à un office de tourisme ou à un point info. Il s'agit davantage de donner une image neuve du Département en tant qu'espace de tourisme et de loisirs, de le faire découvrir, de donner envie de le parcourir. Sa fonction principale est d'être un lieu d'animation en plus d'un outil d'information.

Objectif : créer un univers et procurer au consommateur les éléments lui permettant de se construire une expérience hédoniste associée à la marque et à la mise en valeur des produits locaux.

La nouvelle marque signature OH LA Loire-Atlantique !¹ positionne la Loire-Atlantique comme une destination touristique étonnante par sa diversité et accueillante, pour des moments « découvertes ».

Cet espace vivant privilégie ainsi dans ses actions le contact client.

On peut donc y retrouver :

- > de l'information touristique classique sur les points forts du territoire ;
- > de l'information sur les fêtes et manifestations phares de la Loire-Atlantique ;
- > de la billetterie pour les spectacles (exemple : vente des billets du théâtre Le Grand T) ;
- > des présentations vivantes et interactives sous forme d'animations ;
- > des offres de produits packagés notamment en week-ends et courts séjours ;
- > une gamme de produits OH LA L.A. ! pour la plupart uniques, authentiques, créés et fabriqués en Loire-Atlantique par des artistes et artisans locaux, dans une démarche de développement durable.

LA VITRINE, LE REFLET D'UN DÉPARTEMENT ANIMÉ ET SURPRENANT !

Un lieu moderne et convivial

La Vitrine, telle qu'elle a été imaginée par le CDT, est un lieu innovant où la notion d'accueil personnalisé prédomine et où la représentation de l'espace touristique départemental prend tout son sens.

Conseillé par Bertrand Joffre du Cabinet Arjuna, le CDT a alors établi un cahier des charges techniques exprimant ses intentions, en vue de les traduire dans la conception de la Vitrine.

Le projet a ainsi pris forme grâce à un travail quotidien et collectif entre le CDT, Bertrand Joffre (Assistant à Maîtrise d'Ouvrage) et Block Architectes, agence nantaise qui a su retenir l'attention par sa faculté à exploiter toutes les potentialités du lieu et à mettre en image le concept.

Parti pris par Block : remettre à nu une partie du local situé 6 allée Brancas en vue de créer un univers ayant trait à la Loire-Atlantique et à la nouvelle marque signature OH LA Loire-Atlantique !.

Élément central né de l'imagination de Jérôme Garnier, associé au projet pour l'aménagement de la Vitrine, une table d'hôte de forme polygonale, représentant la carte de la Loire-Atlantique, constitue à la fois l'accueil principal de premier niveau (questions d'ordre général et entretiens de courte durée), mais également un espace de communication (réunions et conférences) et d'animation. L'idée étant toujours de rassembler autour de cette table « d'orientation » les notions d'accueil, d'échange et de convivialité.

Pour une offre davantage personnalisée - relative à une demande plus précise et ciblée, les visiteurs se dirigeront naturellement vers un espace d'accueil et de réception aménagé à cet effet.

Le lieu a ainsi été pensé pour que ces derniers puissent déambuler de façon « fluide », et consulter librement des ouvrages et autres documentations sur le tourisme et les activités en Loire-Atlantique.

De l'extérieur, le lieu donne également à voir l'ensemble du territoire, notamment via des projections vidéo (images et écrans d'actualité, paysages, retransmission des animations ...).

La campagne de communication sur la Vitrine reflète en ce sens le concept du lieu : toutes les richesses de la Loire-Atlantique jaillissent de cette Vitrine pour aller à la rencontre du public, qu'il soit nantais, de l'agglomération, du Département ou de passage.

La Vitrine OH LA L.A. !, c'est un lieu où les rencontres sont multiples :
rencontre avec un territoire, une personnalité, un produit...
toujours dans un même but, l'appropriation du lieu par le visiteur.



Ohlala!

www.ohlaloireatlantique.com



UN PROJET GONFLÉ À BLOCK !

BLOCK est un groupe de travail qui réunit trois architectes : Denis Brillet, Benoît Fillon et Pascal Riffaud.

L'agence, créée en 2000, a été désignée Lauréat des Albums des Jeunes Architectes en 2002. En une décennie de collaboration, BLOCK a acquis une expérience conséquente dans les domaines des équipements publics ou privés, du logement ou de la scénographie.

Les nombreux projets et réalisations ont confirmé l'équipe dans une démarche tout aussi singulière qu'efficace :

- > goût de la simplicité et économie de moyens ;
- > conviction que les meilleures solutions sont souvent à inventer ;
- > volonté d'appréhender la fabrication de la ville dans toutes ses dimensions ;
- > conviction (encore) que l'architecture peut être à la fois modeste et exigeante.

C'est dans cet état d'esprit que l'agence nantaise Block Architectes a relevé le défi de faire de la Vitrine un espace d'accueil, de découverte, mais aussi et surtout de convivialité et d'échanges. Associée à Jérôme Garnier pour l'aménagement de la Vitrine, l'agence Block est parvenue à révéler ce lieu « étonnant » tout en mettant en avant des éléments ayant trait à la Loire-Atlantique et à la nouvelle marque signature OH LA Loire-Atlantique !, et ainsi créer un univers, une ambiance.

Retour en quelques questions avec Denis Brillet, de Block Architectes.

■ DENIS BRILLET ■ BENOÎT FILLON ■ PASCAL RIFFAUD

BLOCK
Architectes

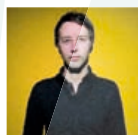


> De manière générale, quelle est votre ligne directrice dans le choix et la réalisation de vos projets ?

Nous essayons à travers nos projets de créer un aménagement faisant lieu. Nos réalisations ne sont pas une juxtaposition de fonctions et de mobiliers. Elles sont un assemblage des différentes composantes - programmatiques, physiques, esthétiques – du projet aboutissant à la création d'un univers cohérent. C'est une plus-value tissant un lien direct entre l'aménagement et le plaisir d'habiter.

Nos projets intègrent également l'idée hédoniste d'un maximum d'effet avec un minimum de moyens. Ainsi, nos projets fonctionnent souvent autour d'un élément, d'un effet esthétique. Cette démarche nous permet d'optimiser les coûts relatifs à l'aménagement ainsi que les délais d'exécution.

En outre, l'agence s'inscrit dans une démarche de développement durable. Nous prenons le plus grand soin dans le choix de nos matériaux, des processus de fabrication ainsi que dans la création de nos ambiances, à respecter l'environnement et à placer les futurs usagers dans un cadre agréable et respectueux de leur santé.



Ohlala!

www.ohlaloireatlantique.com





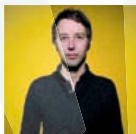
> Comment avez-vous imaginé le lieu d'un point de vue architectural/aménagement ?

Dans un premier temps, nous nous sommes rendus sur les lieux et avons observé le local. Puis nous avons étudié le programme lié au projet. Ce qui nous a marqué, c'est l'opposition entre les volontés exprimées à travers ce programme et l'apparence du lieu. Le programme parle d'accueil, de convivialité... Le lieu lui ressemblait à un espace de bureau (faux plafond, moquette, cloisons acoustiques et portes pleines).



Nous avons ainsi axé notre réflexion sur des objectifs clairement définis :

- Révéler le lieu. Dans un premier temps, il s'agissait de déshabiller l'espace accueillant la Vitrine, afin de faire disparaître tous les signes pouvant faire référence à un espace de bureau : faux plafond, éclairage néon, moquette... Nous avons également opté pour le parti pris de conserver des parties brutes telles que les murs. Ces actions permettaient alors de révéler toutes les potentialités du lieu, pour les exploiter au mieux, et de faire de ce patrimoine architectural du 18^{ème} siècle une invitation à découvrir la Loire-Atlantique.
- Créer un dispositif « scénographique » permettant d'articuler les différentes fonctions de la Vitrine départementale : accueil, vente et animation. Réunir ces trois fonctions dans une surface aussi réduite nous semblait être un défi majeur.
- Intégrer de manière évidente la ligne de la marque OH LA Loire-Atlantique ![®] au niveau de l'espace public, par le biais d'une enseigne et d'un drapeau.



BLOCK Architectes

> Comment avez-vous conceptualisé ce dispositif « scénographique » ?

À la lecture du programme, nous avons compris que les notions d'accueil, d'échange et de convivialité étaient les idées maîtresses de la Vitrine. Il fallait donc faire un aménagement qui puisse servir de levier au personnel pour être accueillant.

Nous avons donc pensé à organiser notre projet autour de l'idée de « table d'hôte ». La table est en effet une façon simple de rassembler des fonctions. Tout en communiquant les idées de convivialité et de vie, elle laisse davantage d'espace à l'accueil. Le lieu de l'approche poly-sensorielle est essentiel : discussion, lecture, consultation multimédia, dégustation. C'est aussi l'endroit de la vente et du conseil. Autour de cette table pourront s'articuler de façon naturelle, la vitrine, la bibliothèque, l'espace de projection...

La Vitrine devait être une relecture d'un espace domestique ; l'idée était de pouvoir déambuler de pièce en pièce comme dans un logement.

> Quels objectifs vous êtes-vous fixés en acceptant la réalisation de la Vitrine ?

Que ce soit réussi !

De faire que cette réalisation participe au projet global de la Vitrine. Que ce ne soit pas juste un faire-valoir, mais un projet tissant un lien direct entre l'aménagement et le plaisir d'habiter.

ohlala!

www.ohlaloireatlantique.com



LES RENDEZ-VOUS DE LA VITRINE OH LA L.A. !

Participer à une dégustation de muscadet, à une démonstration de peinture décorative en matière naturelle ou encore à une rencontre avec un auteur de best-seller... l'intention reste la même : « surprendre », à l'image de la nouvelle marque signature OH LA Loire-Atlantique !

Ce ne sont pas moins de deux animations par semaine qui seront ainsi organisées dans cet espace convivial. Objectif : présenter toutes les richesses et opportunités touristiques, culturelles et de loisirs du Département et donner aux différents publics l'envie d'aller sur place, d'échanger et de participer... en d'autres termes, donner un avant-goût des découvertes possibles sur le territoire.

Ces « Rendez-vous », qui s'adressent à des publics très différents (familles, enfants, seniors...), pourront être des dégustations, des démonstrations, des mini-formations, des conférences, des projections, des débats, des rencontres, des présentations ou encore des événements artistiques.

5 thèmes pour des animations « étonnantes et surprenantes », dans l'univers de la marque signature OH LA Loire-Atlantique !*

> LA NATURE EN LOIRE-ATLANTIQUE

Films, conférences, expos, débats sur la nature en Loire-Atlantique, les oiseaux, les espaces naturels, les sorties nature... mais aussi une présentation des actualités et des éléments touristiques visibles en randonnée sur le département.

> LA LOIRE-ATLANTIQUE DES ENFANTS

Présentation des sites de visites, des activités sportives, ludiques, pour les enfants et pour les familles.

> LE PATRIMOINE EN LOIRE-ATLANTIQUE

Actualités des cités d'art et d'histoire, des musées, des châteaux et monuments historiques.

> QU'EST-CE QU'ON FAIT CE WEEK-END ?

Présentation des actualités (festivals, foires, animations, portes ouvertes...) du week-end suivant, des activités sportives, ou encore des spectacles, des démonstrations et des performances sur l'actualité culturelle du Département.

> LA LOIRE-ATLANTIQUE DES GOURMETS

Dégustations et démonstrations de cuisine par les acteurs du terroir : cuisiniers, agriculteurs, viticulteurs.



Béatrice Gouvenou
Responsable de la Vitrine



Amélie Sauzet
Chargée d'animations



Virginie Demarche
Agent d'accueil, conseil et vente



Claire Poitevin
Agent d'accueil, conseil et vente

L'ÉQUIPE
DE LA VITRINE
OH LA L.A. !

INFORMATIONS PRATIQUES

TRANSPORTS

Arrêt Commerce
Tram Ligne 1 et 2
Bus Lignes 32, 42, 51, 54

ACCESSIBILITÉ

La Vitrine OH LA L.A. ! est accessible aux visiteurs handicapés moteurs et aux personnes à mobilité réduite.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le CDT et le Département souhaitent afficher une image de département « éco-responsable ». En conséquence, les matériaux et les choix techniques des équipements et des énergies ont été conçus dans une logique de développement durable.

JOURS ET HORAIRES D'OUVERTURE

Du lundi au samedi
De 10h00 à 18h00 de novembre à avril
De 10h00 à 19h00 de mai à octobre

LES RENDEZ-VOUS DE LA VITRINE

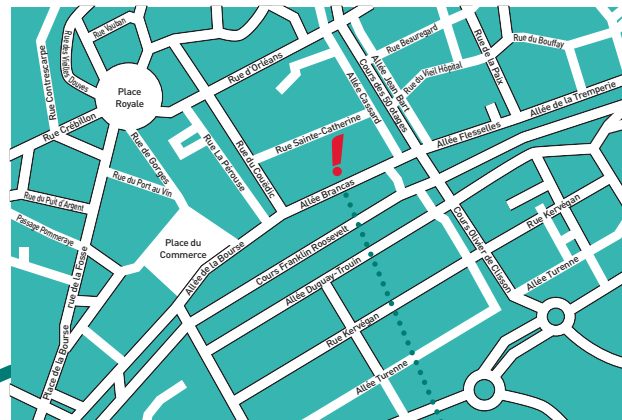
Les Rendez-vous seront programmés régulièrement, du mardi au vendredi, au rythme de 2 animations par semaine.

Les Rendez-vous dureront en moyenne $\frac{3}{4}$ d'heure.

Les animations seront destinées à un public de 15-20 personnes maximum.

Vous trouverez le programme des animations sur des Cart'Com® distribuées dans tout le département (réseau Cart'Com®) et disponibles à la Vitrine.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site Internet www.ohlaloireatlantique.com



Vitrine Touristique
Départementale
6 allée Brancas - Nantes