
La construction de l'image de Saint-Nazaire sous les mandats du maire Jo'el Batteux (1983-2014)

Guy Saupin*¹

¹Centre de recherche en histoire internationale et atlantique (CRHIA) – Université de Nantes – Nantes, France

Résumé

Saint-Nazaire est une ville industrielle et portuaire de 69 000 habitants située à l'embouchure de la Loire. Née sous le Second Empire, elle fait partie des villes reconstruites après la Seconde Guerre mondiale. Le réaménagement de son cœur de ville sur son berceau historique à partir des années 1980 équivaut à une troisième naissance, surtout dans le discours déployé pour donner du sens à cette opération. Depuis trente ans, la construction de l'identité urbaine se nourrit de trois références principales. La première référence renvoie à la Seconde Guerre mondiale car Saint-Nazaire est la seule grande ville française reconstruite deux fois en un siècle. La révolution mentale a été de transformer l'imposante base sous-marine, héritage de l'Allemagne nazie jugé longtemps mortifère, en monument patrimonial à vocation culturelle. L'identification comme grand centre de construction navale, capitale des paquebots, vient en second. Fondée sur la résilience de cette industrie, la référence aux paquebots masque largement les autres réussites comme l'aéronautique. L'implantation d'un établissement culturel dédié à la légende des paquebots au sein de la base sous-marine soutient d'autant plus cet imaginaire qu'il est en lien direct avec la dernière référence identitaire : " Saint-Nazaire, une ville à la mer ". Cette formule de communication, née des réflexions autour du programme d'urbanisme Ville-Port, entend valoriser toutes les initiatives culturelles permettant d'inscrire et de renforcer dans l'esprit des habitants et des visiteurs l'image d'une ville portuaire ouverte sur le monde. Sa position à l'embouchure même de la Loire permet de jouer sur deux supports : l'estuaire et l'océan.

*Intervenant