

## Une nouvelle identité pour le Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire

**Le nouveau bloc marque prolonge la dynamique créée par la modernisation de l'organisation et du fonctionnement du Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire.**

Le projet stratégique adopté par le Conseil de Surveillance en juin 2009 évoque la définition d'une nouvelle politique de marque pour le Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire. L'action correspondante a ensuite été inscrite au plan d'entreprise, une déclinaison opérationnelle du projet stratégique sur la période 2010-2013, dans l'objectif d'accroître la notoriété de l'établissement et de construire une image positive, tant interne qu'externe.

### Un accompagnement du changement

Initiée en mode projet en avril 2011, l'action "politique de marque" a été conduite avec la contribution d'une équipe de 12 salariés, représentatif des directions, niveaux hiérarchiques et implantations géographiques de l'établissement.

Les résultats d'un diagnostic d'image du Grand Port Maritime, réalisé à partir d'une étude de réputation sur Internet, elle-même complétée d'une analyse de la presse régionale, ont été présentés par les membres de l'équipe projet aux salariés de l'établissement. 13 ateliers, regroupant au total 136 personnes, ont été organisés à l'automne 2011 dans l'objectif de faire prendre conscience de l'image actuelle et de voir s'exprimer les souhaits d'une nouvelle perception. Une réflexion a été engagée en parallèle au sein du comité exécutif.

### La traduction graphique d'une nouvelle identité

Les travaux ont débouché sur un cahier des charges détaillé permettant le lancement d'une consultation d'agences conseil en communication. L'agence nantaise Balthazar Communication a au final été sélectionnée. Après plusieurs phases de mise au point, le nouveau bloc marque a été adopté par le Directoire en septembre et présenté au Conseil de Surveillance en novembre 2012. Il a été présenté aux salariés à l'occasion de la cérémonie des vœux du 17 janvier.


**► NOM**

**NANTES SAINT-NAZAIRE**  
C'est le premier élément positionné dans le sens de lecture, pour une localisation géographique immédiate et une valorisation du territoire.

**PORT**  
Le terme est très visible pour une identification rapide de l'activité.


**► LOGOTYPE**

Ses formes dynamiques sont emblématiques.



**Bleu soutenu :** l'océan  
**Bleu turquoise :** le fleuve  
**Jaune orangé :** l'énergie, les hommes  
**Vert :** l'hinterland

Les flèches représentent également les échanges maritimes et fluviaux, et les flux de marchandises. Leur orientation tridirectionnelle suggère les trafics à l'import, à l'export et internes.



**► TYPOGRAPHIE**

Les typographies sont droites et modernes. Elles proposent chacune une originalité dans leur dessin pour affirmer l'identité du bloc marque.

Nantes Saint-Nazaire s'écrit en noir. La couleur la plus lisible sur fond blanc. La couleur bleue de Port évoque l'eau. Ces deux couleurs denses permettent la mise en exergue des couleurs vives du logotype.

