

# RAPPORT

Direction de la Mer

Service Économie

Bleue

20 juin 2018

# ***Rapport de mission sur les premières Assises nationales Nautisme et Plaisance***

**29-30 mai 2018**

**La Rochelle**



## Affaire suivie par

<b>Guillaume NARDIN - Chef du Pôle Plaisance, Nautisme et Croisière</b>
<i>Tél. : 06 96 22 34 05</i>
<i>Courriel : guillaume.nardin@developpement-durable.gouv.fr</i>

## Rédacteur

---

**Guillaume NARDIN** - Chef du Pôle Plaisance, Nautisme et Croisière

## Relecteurs

---

**Michel PELTIER** - Directeur de la Mer de la Martinique

**Jean-Baptiste MAISONNAVE** - Chef du service Planification maritime et environnement marin

**Laurie HEC** – Cheffe du service Économie Bleue

# **SOMMAIRE**

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>4</b>
<b>TABLE RONDE 1 : QUELS LEVIERS À DISPOSITION DES COLLECTIVITÉS POUR LE DÉVELOPPEMENT DU NAUTISME ET DE LA PLAISANCE ?.....</b>	<b>5</b>
<b>TABLE RONDE 2 : COMMENT CONCILIER LA PRATIQUE DES ACTIVITÉS NAUTIQUES ET LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ?.....</b>	<b>6</b>
<b>TABLE RONDE 3 : LA PLANIFICATION MARITIME ET DÉVELOPPEMENT DURABLE : QUELLE PLACE POUR LA PLAISANCE ?.....</b>	<b>7</b>
<b>TABLE RONDE 4 : LES PORTS DE PLAISANCE, ACTEUR MAJEUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE.....</b>	<b>8</b>
<b>TABLE RONDE 5 : COMMENT CONQUÉRIR DE NOUVEAUX PUBLICS ?.....</b>	<b>11</b>
<b>TABLE RONDE 6 : COMMENT PROMOUVOIR LA PLAISANCE ET LE NAUTISME ?.....</b>	<b>13</b>
<b>TABLE RONDE 7 : L'INNOVATION.....</b>	<b>16</b>
<b>TABLE RONDE 8 : QUELLES TECHNOLOGIES AU SERVICE DE LA CONCEPTION ?.....</b>	<b>17</b>

# Introduction

500 participants

JF Fontaine, Maire de La Rochelle, Président de l'agglomération de La Rochelle :

Le nautisme et la plaisance sont des activités structurantes pour le territoire national et rochelais car elles constituent un outil de rayonnement pour la France :

- Des navires parcourant le monde, valorisant les savoirs faire et les entreprises nationales ;
- Des événements d'ampleur internationale, comme les salons nautiques, accueillis en France et qui contribuent à l'image du Pays ;
- Des sportifs et des épreuves, comme le Vendée Globe ou la route du Rhum ;

Des richesses et des forces qui sont souvent mésestimées par les acteurs de la filière eux-mêmes.

L'objectif des assises : affirmer ce rôle et ce poids de la filière nautique française.

Yves Lyon-Caen, Président de la Fédération des Industries Nautiques :

La singularité et l'isolement de la filière nautique engendre un coût et un impact négatif pour l'ensemble des acteurs de la filière, car le monde du nautisme fonctionne en silos. Ce mode de fonctionnement entraîne un éparpillement des actions et une méconnaissance du secteur pour les décideurs publics. Les acteurs du nautisme : ports, entreprises, fédérations sportives, usagers de la mer ont des histoires/historiques individuelles qu'ils doivent désormais rendre collectives. Les chiffres directs des activités principales de la filière nautique ne reflètent pas l'intégralité du poids du secteur.

Les chiffres officiels de la filière nautique française sont :

- 4,6Mds de CA, 40 150 salariés, 5435 entreprises, 400 ports, 74 % de la production exportée

Mais par extrapolation de la démarche initiée en Bretagne, on peut désormais estimer l'impact économique du secteur à :

- 16 à 17Mds de CA, 120 à 140.000 salariés, 10.000 clubs et bases nautiques, 1,2 millions de licenciés, 11 millions de pratiquants

1ère ambition : consolider ces chiffres pour passer d'un poids économique estimé à un poids économique réel.

2<sup>e</sup> ambition : la reconnaissance du poids de la filière à l'échelle nationale, notamment grâce à la création du comité du nautisme et de la plaisance qui regroupe la CNP (Confédération du Nautisme et de la Plaisance) et les régions (y compris Outre-mer).

Les axes de travail actuels sont :

- Le développement durable : les Documents Stratégiques de Façade / Documents Stratégiques de Bassin représentent de réels outils pour l'organisation spatiale des

activités. Les activités nautiques doivent y être clairement identifiées.

- L'environnement avec notamment la mise en place de la REP (responsabilité élargie du producteur avec la création d'une éco-tax) plaisance (unique en Europe et dans le monde), 95 % des producteurs réunis dans la REP. Objectif : 20 à 25 000 unités déconstruites à un horizon 5 ans.

Aujourd'hui beaucoup de pragmatisme dans le travail avec les pouvoirs publics, il faut consolider et renforcer ces liens afin de développer une atmosphère propice à une meilleure insertion du nautisme dans le développement durable et l'économie (notamment pour l'export)

## **Table ronde 1 : Quels leviers à disposition des collectivités pour le développement du nautisme et de la plaisance ?**

Gérard Blanchard : Vice-Président de la Région Nouvelle Aquitaine :

- Obligation de rédaction de schémas directeurs (ex SRDEII, schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation) ;
- Filière nautisme et glisse reconnue parmi les 11 filières stratégiques du SRDEII de la région Nouvelle Aquitaine ;
- Autres axes : Accompagnement individuel des entreprises ainsi que l'innovation, l'internationalisation (ex : refit de la grande plaisance au port de La Rochelle).

La région a lancé une étude de l'impact économique de filière nautique en Nouvelle Aquitaine, et souhaite créer un cluster régional nautisme et plaisance (80k€ de subvention pour l'étude de pré-figuration).

Lionel Quillet 1<sup>er</sup> VP du Conseil Départemental de la Charente-Maritime

- Les Départements ont perdu la compétence développement économique, néanmoins la plaisance et le nautisme restent des axes forts de la politique départementale ;
- 36 ports de compétence départementale dont 15 gérés par un syndicat mixte dédié ;
- Volonté de mise en cohérence entre les différents bassins portuaires car tous les ports sont essentiels ;
- La plaisance est désormais présente dans tous les ports, y compris les ports conchylicoles et de pêche. C'est la plaisance qui ré-équilibre les comptes ;
- Gestion des conflits d'usages, concertation avec les acteurs ;
- Gestion du littoral et risques naturels (post Xynthia) : défense contre les risques, plan d'aménagement de 300k€, mais tout ne peut pas être défendu et certains ports sont en

sursis.

### JF Fontaine

- La présence française sur les événements internationaux assez faible ;
- Nécessité d'une présence accrue de la marque France sur ces événements, comme le Boat de Dusserdorf ;
- Caraïbe : navigation favorable toute l'année, des atouts à développer, un développement spécifique à trouver ;
- La sensibilisation à la pratique dès le plus jeune âge et la valorisation du patrimoine sont des enjeux fondamentaux.

## **Table ronde 2 : Comment concilier la pratique des activités nautiques et la protection de l'environnement ?**

Introduction : Jean Kieffer, Président de la Fédération Nationale de la plaisance et des pêches en mer

- Conciliation des pratiques nautiques avec l'environnement ;
- Engagement des associations d'usagers dans la charte des bonnes pratiques, et dans les chartes des parcs marins ;
- L'enjeu de communication et de compréhension entre les acteurs est fondamental.

### J.Kieffer :

- Les plaisanciers, et pêcheurs plaisanciers doivent être considérés comme de réels acteurs des aires marines protégées ;
- De par leur présence quotidienne sur le terrain ils ont une réelle connaissance de l'espace et des activités ;
- Ils doivent donc être informés, et leurs doléances prises en compte, car ils peuvent être force de proposition dans la gestion durable des aires marines.

### Laurent Peyrondet, Maire de Lacanau

- Quelle capacité à agir pour les Maires dans la gestion et la structuration des activités nautiques ?
- Une évolution de la réglementation permettant une gestion du DPM par les communes est souhaitable.

Paul Marec, directeur d'Ouessant subaqua (club de Plongée, Ouessant)

- Dans le contexte de la création du Parc Marin d'Iroise, il y a eu dans un premier temps des divergences entre les gestionnaires du Parc et les professionnels de la plongée ;
- La structuration des acteurs, et leur capacité à transmettre des données fiables (feuilles de plongée) a permis au gestionnaire du parc de mieux appréhender l'activité plongée ainsi que d'évaluer son impact. Le dialogue dans le cadre du conseil de gestion est primordial ;
- Il y a désormais peu de conflits d'usages, car le parc n'est pas un frein au développement de la pratique. L'enjeu du mouillage des bateaux de plongée et du zonage des activités reste néanmoins particulièrement d'actualité.

### **Table ronde 3 : La planification maritime et développement durable : quelle place pour la plaisance ?**

Karine Claireaux, Présidente du conseil national de la mer et du littoral

- Dans le cadre de la stratégie nationale, le but est d'accompagner les activités, notamment le nautisme et la plaisance. C'est une stratégie qui s'élabore en co-construction. Le groupe de travail national nautisme et plaisance, en cours de structuration, réalise des actions complémentaires, plus spatiales, au travail mené par le Comité France Maritime. Les Outre-mer avec un peu de retard mettent en œuvre la stratégie nationale.

Philippe Grand, VP parc marin Gironde et Pertuis

- Il n'y a qu'un représentant de l'industrie nautique au conseil de gestion du parc, ce qui pose la question de la représentativité des acteurs

Elodie Martinie-Cousty, pilote du réseau ocean, mers, littoraux, France Nature Environnement

- Déploie la suppression du conseil supérieur de la navigation et de la plaisance ;
- Déploie la gestion environnementale des ports qui est imparfaite, notamment outre-mer et plus particulièrement au Gosier.

Guillaume Sellier, DIRM NAMO

- Concertation, conciliation de tous les usages notamment dans le cadre des DSF, ce sont des approches fondamentales, où tous les acteurs doivent être représentés. Le nautisme et la plaisance représentent des enjeux forts dans la plupart des espaces maritimes.

Paul Vinay, Secrétaire général de la Fédération Nationale de la plaisance et des pêches en mer

- Nécessaire prise en considération des avis et besoins des plaisanciers et pêcheurs-plaisanciers dans le cadre des démarches concertées.

### Intervention de G.Nardin dans le cadre des questions du public :

- Le nautisme et la plaisance représentent des enjeux forts aux Antilles. Ces activités ont été jugées comme prioritaires à l'échelle du bassin Antilles, et donc intégrées au Document Stratégique de Bassin (DSB). Dans le cadre de l'élaboration de ce dernier, le Conseil Maritime Ultra Marin du Bassin Antilles (CMUBA) a décidé que la première commission thématique du Conseil serait dédiée au nautisme.
- Les ports antillais peuvent également être exemplaires : notamment le port de plaisance du Marin (Martinique) dont la gestion environnementale a été reconnue par l'obtention du plus haut niveau du label de la Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP). L'aire de carénage a également fait l'objet de travaux importants, achevés en 2016, ils permettent un traitement des effluents et augmentent la capacité de levage de manière significative (440t).

### Témoignage : une propulsion propre pour demain

- Naviwatt : propose des navires de servitude portuaire complètement électrique ; contact Béranger Laurent.

## **Table ronde 4 : les ports de plaisance, acteur majeur du développement touristique**

### JC Meric, vice-président de la Fédération Française des Ports de Plaisance

- L'habitat flottant devient une réalité avec de plus en plus de locations de banettes à la nuité ;
- Ça peut être une première entrée dans le nautisme et le monde marin ;
- Le port et les sociétés privées doivent accompagner cette tendance sociétale afin de la gérer.

### B.Moquay : directeur du port de plaisance de La Rochelle

- Les ports doivent innover dans les services rendus aux plaisanciers et développer une approche client ;
- Le port de plaisance de La Rochelle met à disposition gratuitement plus de 200 titres de presse à ses clients. Des réductions/gratuités sont également offertes dans des équipements touristiques et culturels partenaires ;
- Il faut créer des produits pour attirer et faire durer les escales. Aujourd'hui les retours sont modestes, mais le port est l'acteur et le fédérateur de cette action.



M.Quernez, président de l'Association des Ports de Plaisance de Bretagne, 1<sup>er</sup> VP du Conseil Départemental du Finistère

- Le port est une porte d'entrée sur le territoire, d'où la nécessité de développer des services dédiés, ce qui représente des évolutions indéniables ;
- Les interfaces ville-port qui doivent être des espaces attractifs et non des friches ;
- Le port est un lieu de production de richesses mais aussi de valorisation du territoire et un espace de services ;
- Les ruptures économiques sont parfois longues et douloureuses (port de défense/de pêche se ré-organisent vers le nautisme) mais nécessaires.

E.Jahan directeur des ports CCI Nantes-St Nazaire

- Le niveau de pratique des plaisanciers et leurs attentes : les clients sont de moins en moins des marins, mais de plus en plus des consommateurs de produits touristiques. Face à ce constat, deux actions concrètes mises en place dans les ports de la CCI Nantes Saint-Nazaire :
- Tous les nouveaux clients se voient offrir une heure de cours à la manœuvre. Cette offre est concrétisée par les plaisanciers à plus de 50 %;
- Dans un port d'échouage : création d'une offre de mise au ponton des bateaux (ce sont les services du port s'occupent des manœuvres de mise au ponton et de mise sur bouée. Le client prend et redépose son navire au ponton).

JC Meric

- Le développement durable possède trois piliers, il ne faut pas oublier le pilier du social et celui de l'économie ;
- Il faut faire du tourisme bleu autour des villes portuaires et notamment développer une itinérance douce au sein et aux environs de l'espace portuaire (mer, fleuves, chemins, routes...).

Question du public :

Les habitations flottantes dans les ports, est-ce souhaitable ?

Réponse de B.Moquay

- Ce n'est pas pertinent partout, notamment dans les zones très hôtelières ;

- Dans un premier temps, il y a eu un développement rapide et anarchique de l'offre ;
- Puis cadre réglementaire défini par le gestionnaire du port : obligation pour les propriétaires de navires de fournir une assurance garantissant ce type de pratique ;
- L'effet d'aubaine s'est ensuite dissipé, car il s'agit bien d'une activité d'hébergement touristique exigeante et, ainsi qu'elle était pratiquée était peu rentable ;
- L'offre s'est donc structurée, concentrée et a fortement diminué en nombre de lits/banettes disponibles à la location.

### Travail en réseau

Réponse de M.Quernez :

- Aujourd'hui il s'agit d'une nécessité, un port ne peut pas survivre s'il n'est pas connecté aux autres et ce quelle que soit l'activité (pêche ou plaisance) ;
- Il faut intégrer les logiques de bassin de vie et de bassin de navigation, afin que le plaisancier soit plus contributif au développement local ;
- Le réseau doit être inter-ports mais aussi inter-activité en renforçant notamment le lien avec le nautisme, les industries nautiques et touristiques et globalement le tissu économique local ;
- Il y a une nécessité que l'offre nautique globale soit consommée par les plaisanciers mais aussi par les touristes de passage qui se rendent sur les ports (pour consommer une glace ou prendre un cours de voile) ;
- La mer est l'élément principal de l'attractivité touristique du Finistère, notamment les îles et les ports.

L.Bonnet, Fondateur de Dream Yacht Charter :

- Nécessité de digitaliser les ports, afin qu'ils deviennent des marketplace/communautés portuaires/nautiques mais également des porteurs de services connectés (conciergerie, garderie, appro...) ;
- Dream yacht développe son propre market place, car il s'agit une tendance sociétale incontournable (communauté connecté qui cherche des infos pratiques, parfois gratuites mais également prête à consommer des services payants) ;
- L'offre portuaire est de très bonne qualité en France ;
- US : grosse évolution des ports, fort développement de la plaisance et du nautisme collaboratifs (balade avec un particulier) ;
- Dans cette perspective, le port doit être au centre des activités afin d'organiser et réguler

ces nouveaux usages, nouvelles pratiques et offres.

JC Meric :

- Stratégie FFPP : 1032 ports (maritimes, fluviaux et lacustres) en France, le développement portuaire est forcément territorial, car les ports sont des portes d'entrée du territoire ;
- Nécessité de développer une gestion intégrée des ports.

Intervention de Mr Linos VOSKARIDES, Commission Européenne, Gestionnaire des politiques, Secteurs de l'économie bleue, aquaculture et planification de l'espace maritime :

- Création d'un groupe de travail européen sur les enjeux, maritimes et portuaires ;
- Le tourisme fait aujourd'hui partie intégrante de l'économie bleue ;
- Le tourisme doit développer les connexions terre/mer ;
- La France a beaucoup d'atouts, et a un développement exemplaire qui ne peut qu'être soutenu par l'Europe.

## **Table ronde 5 : comment conquérir de nouveaux publics ?**

J.Kerhoas, Président Nautisme en Bretagne, vice-président de la Confédération du Nautisme et de la Plaisance

- La question préalable à se poser est : est-ce que ce public a envie d'être conquis ?
- En Bretagne en 1990, 60 % du public aspirait à pratiquer une activité nautique au cours de son séjour, mais seul 9 % le concrétisait, car il ne trouvait pas l'offre adéquate.
- Aujourd'hui 15 % de la clientèle touristique réalise une activité nautique au cours de son séjour. L'objectif est de 30-35 %.
- Comment ? Par l'amélioration de la qualité de l'offre et la diversification des prestations. Il faut sortir du modèle du seul apprentissage en groupe en développant de nouveaux produits, de nouvelles offres : balades, cours particuliers, bateaux du patrimoine... En développant également la plaisance collaborative.
- Néanmoins, le premier frein est la peur de la mer... il faut maritimer les esprits, afin de mieux appréhender le milieu. Mais il faut surtout savoir nager (notamment en mer). Le développement d'activités de loisirs de bord de mer permet de faire passer progressivement les clientèles de la plage à la mer (ex : les clubs mickey étaient de bonnes premières portes d'entrée).
- La voile scolaire, les classes de mer sont cruciales dans cette optique. Il faut que tous les

acteurs se mobilisent, notamment pour le financement des activités sociales. Il faut que l'Éducation Nationale ait un discours fort en ce sens.

#### Thibaud Brandicourt, responsable grands événements à la Société des Régates Rochelaises (SRR)

- La SRR est positionnée sur le créneau des régates.
- Le client est plus exigeant, impatient et plus volatile. Il est très présent sur les réseaux sociaux.
- Il est donc nécessaire de digitaliser les process et de créer une communauté sur internet afin de créer l'envie pour ensuite faire découvrir et fidéliser les pratiquants

#### Stéphane Le Bihan, UCPA (Union Nationale des Centres sportifs de Plein Air)

- L'expérience client est très diffusée sur les réseaux, les opérateurs doivent donc être très présents et pro-actifs sur internet et les réseaux sociaux.
- Nécessaire hybridation des pratiques : faire découvrir un milieu (la mer) avec différentes pratiques sportives. Le stage de 5 jours en Hobbie Cat 16 n'est pas en vogue, aujourd'hui plus de 50 % de l'offre est mixée avec une autre activité ex : fitness, sports de plage... + voile ou autre.
- Le digital change les choses mais permet aussi de structurer et organiser. Aujourd'hui, tout le monde ne consomme pas de la même manière. Les jeunes clientèles sont plus organisées, et composent eux-mêmes leur offre en fonction de leurs attentes, envies... L'offre doit donc être variée et facilement accessible en ligne

#### Bruno Lescher, Beneteau Boat Club

- Le Boat Club est une formule transitoire entre la location et la propriété, pour un public qui privilégie l'usage à la propriété
- C'est un modèle anglo-saxon (GB, US, NZ...) qui a déjà plus de 15 ans et qui tend à se développer désormais en Europe.
- Permet d'élargir les clientèles et d'amener plus de monde sur l'eau. C'est également un premier pas vers la propriété.
- L'offre est essentiellement moteur et permet de bénéficier de navires différents (taille, type...) dans différents lieux. L'offre voile est en construction.

### Antoine Penot, Vogue avec moi

- Plate-forme de co navigation, depuis 2010, 52 000 membres dont 10 % payants.
- Objectif : trouver des équipiers pour des pratiquants.
- Moyen le moins cher de faire du bateau. Coût moyen 20-25€/jour.
- Rencontre par affinité, et non par trajet, le modèle est donc plus inspiré de « meetic » que de « blablacar »

### Les foils : UCPA:

- C'est une tendance de fond, ce n'est pas une mode, ça permet de rajeunir, de redonner de l'intérêt et de moderniser certaines pratiques comme la voile.
- Cette nouvelle offre est d'ailleurs intégrée dans les nouvelles prestations comme à l'UCPA, car c'est une pratique qui demande de l'apprentissage.
- Aujourd'hui la demande est multi générationnelle. Le facteur clef est la facilité/simplicité d'accès à la pratique.
- Le volet tarifaire est également un facteur clef, l'UCPA a baissé ses tarifs sur les sports nautiques afin de s'adapter à la demande de la clientèle jeune qui a moins de moyen.

### Conclusion de la table ronde :

- Les clients sont prescripteurs de l'offre et se conseillent entre eux, il faut évoluer vers une offre dynamique.
- Les réponses sont multiples, les clients cherchent des pratiques qui correspondent à ce qu'ils souhaitent faire d'un jour sur l'autre (pêche avec des amis, ou balade avec les enfants, ou initiation à un nouveau support...)
- Il existe cependant une difficulté à massifier la pratique nautique, à l'inverse de la montagne. Les activités de montagne sont bien organisées et il y a des idées à prendre.

## **Table ronde 6 : Comment promouvoir la plaisance et le nautisme ?**

### M.Silva Président France Montagne

- France Montagne : Budget 3 à 3,5 millions plus aide d'Atout France.
- Objectif : Passer du sport (ski) à un territoire de bien être, et ce grâce à une accessibilité

technique et financière des produits « montagne »

Anne Sophie Peyran, CCI Nice Côte d'Azur

- La CCI est gestionnaire de 5 ports et a engagé une démarche de promotion de la plaisance et du nautisme.
- Création d'un observatoire portuaire afin de mieux identifier l'offre, faire du benchmark, développer les échanges de bonnes pratiques, notamment à travers le réseau des CCI.
- Premier objectif : fidéliser la clientèle, car la demande est de moins en moins captive.
- Travail sur le parcours client afin de créer de nouveaux services et de les promouvoir.
- La concurrence est surtout au niveau du bassin de navigation (ex Sardaigne).

Christophe Vieux, organisateur du Grand Pavois, des Nauticales, du rallye des îles du soleil

- La France a des salons majeurs avec des positionnements différents ;
- Il faut développer des actions de communication communes à l'international ;
- Le premier objectif est de faire venir le client en France ensuite ce dernier choisit son salon son événement, en fonction de ses attentes.

A.Joris, Atout France

- Cluster Tourisme Littoral France : 30 acteurs pour la promotion du littoral français, moyens réduits, mais des actions de communication à l'international.
- Budget promotion : 250k€ à 300k€/an

AS Peyran :

- Nécessité de créer une structure de promotion internationale de la filière nautique/plaisance.

**Questions du public :**

La tendance de la demande de places de ports ?

AS Peyran :

- Baisse forte sur les – 8m, demande assez forte sur 8-12m mais une tendance globale à la baisse sur les demandes à l'année lié à une évolution des clientèles et de leurs modes de

consommation.

#### Le prix de la place de port est il un frein à l'achat ?

- Oui, mais ce sont les coûts d'entretien globaux qui représentent surtout un frein. Possibilité de mettre en gestion locative pour amortir les coûts.

#### Les langues étrangères :

- La France a du retard. Au-delà de la langue il faut connaître la culture des clientèles phares/cibles.
- Ex : le grand pavois cherche à recruter un personnel anglo-saxon pour son développement, la CCI Nice embauche 70 saisonniers, maîtriser une 2<sup>e</sup> langue est un pré-requis à l'embauche.

#### **Témoignages :**

##### J.Pahun, député du Morbihan

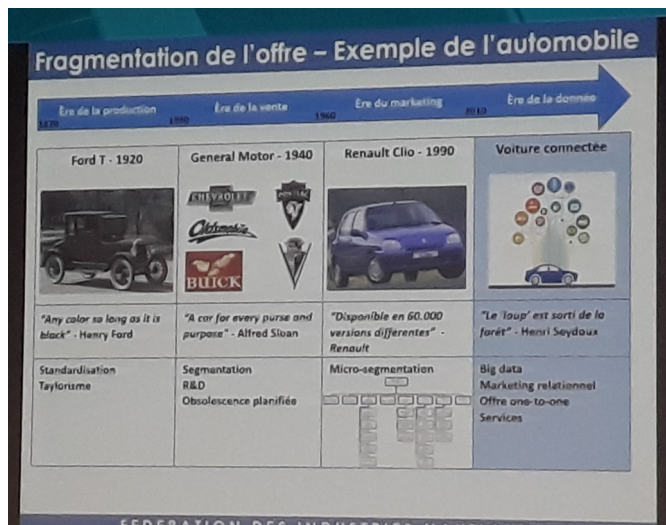
- Loi Leroy avec les 4 piliers de l'économie bleue.
- La REP BPHU va se mettre en place, mais quelle solution pour le stock d'épaves ? (contribution des propriétaires, des ports?).
- La Bretagne ambitionne de doubler le nombre de classes de mer dans les 5 ans.

##### Intervention de N.Henard, président FFVoile

- Evolution du nombre de licenciés et développement de la convivialité dans les clubs.
- Un très grand nombre de passionnés, d'admirateurs (ex départ/arrivée du Vendée Globe ou de la route du Rhum) mais peu de conversion en licenciés.

##### Intervention S.Constance, vice Président de la FIN et co-dirigeant du Groupe Grand Large

- Le navire de plaisance suit la même tendance que la voiture : passage de la micro segmentation à la nano segmentation. Fondamental de connaître ses clients et ses attentes et passer à l'offre one-to-one



## Table ronde 7 : L'innovation

H.Gastinel, PDG du groupe CNB-Beneteau

- CNB : 1,2 milliards d'euros de CA, dont 1 milliard dans les bateaux, 7500 salariés, 500 CDI recrutés en 2017-18, 10 % de croissance sur les 4 dernières années.
- C'est l'innovation qui a permis de rebondir après la crise.
- Axes de développement stratégique de CNB :
  - matériaux et process innovants,
  - l'architecture navale (carène, appendices, voiles, propulsion...),
  - le digital (capacité à embarquer des technologies pour tendre vers le bateau connecté),
  - le service (service global achat, vente, financement, assurance... à destination des plaisanciers clients ou non, plus les boat club)

Lionel Huetz, Advanced Aerodynamics Vessels

- Développement d'un produit innovant, en travaillant sur la carène afin de limiter la traînée et le frottement en augmentant la portance, et ainsi obtenir des gains de consommation d'énergies fossiles ;
- Le coût d'investissement dans le navire est plus élevé mais le coût de possession est très faible et le surcoût est compensé en 1 an.

Nodus Factory

- Accastillage innovant. Réalisation de produits de pointe, légers, à bas coût, localisés en



France et construit par des personnes en situation de handicap

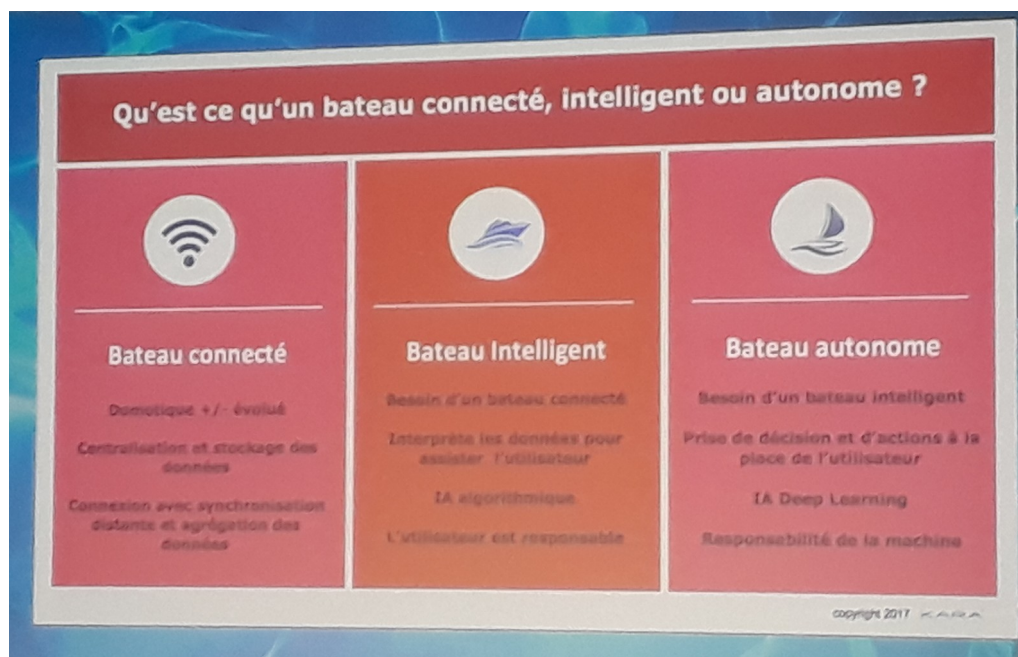
### Benjamin Rousseau, Navili

- Tripadvisor des plaisanciers, pour les ports et les mouillages, possibilité de réserver des places de port. 60 000 utilisateurs.
- Business model basé sur un commissionnement sur les paiements des plaisanciers.
- Levée de fonds en cours pour accélérer le développement de la société et se développer sur le marché européen.

### Gildas de Kervenoael, Geomesure

- Société de topométrie, propose de la modélisation afin de réaliser du contrôle structurel, de re-crée des moules, réaménager-refiter des bateaux.
- Atouts : prises de mesures globales et rapides pour une restitution précise en 3D

## Table Ronde 8 : Quelles technologies au service de la conception ?



**Ministère de la Transition  
écologique et solidaire**  
92055 La Défense CEDEX  
Tél. : 01 40 81 21 22

