

L'industrie nautique veut survivre aux baby-boomers

Les jeunes générations préfèrent louer un bateau plutôt que d'en acheter un.

4 millions de plaisanciers réguliers recensés en France

CHARLES GAUTIER @CHGAUTIER

NAUTISME « Voilà cinq ou six ans, au Salon nautique, on voyait peu de loueurs de bateaux. Aujourd'hui, on en compte une quarantaine... », raconte Alain Pichavant, le commissaire général de cet événement. Fait révélateur, Dream Yacht Charter - plus d'un millier de bateaux en location sur une cinquantaine de destinations - a le plus grand stand de cette fête du nautisme, qui débute ce samedi pour s'achever le dimanche 15 à Paris Porte de Versailles.

Car voilà, le yachtman en mode blazer bleu marine et casquette blanche, propriétaire de son voilier, n'est plus qu'une image d'Épinal. Progressivement, les passionnés venus au nautisme dans les années 1970 racrochent leurs cirés. « L'âge moyen d'un propriétaire de bateau de plaisance est passé de 60 à 65 ans en peu de temps. Il progresse d'un an chaque année », indique Serge Pallares, président de la Fédération française des ports de plaisance.

C'est un changement d'ère. Il y a quarante ans, la passion des baby-boomers conjuguée au développement des infrastructures portuaires, à l'arrivée de nouveaux matériaux ou encore à l'industrialisation de la production a permis le développement du nautisme et de son industrie. Il lui faut désormais trouver des relais. « Notre objectif est de faire venir des jeunes à la pratique du bateau, afin qu'ils apportent une bouffée d'oxygène. Et pour cela, il faut défaire le nautisme de son image de sport coûteux, en menant des opérations de promotion », assure Serge Pallares.

En réalité, les jeunes n'ont pas délaissé la voile : selon une étude OpinionWay publiée cet été, 46 % des plaisanciers appartiennent à la génération des 18 à 34 ans. Mais alors qu'auparavant les « voiliers » parvenaient à s'offrir un bateau, désormais la somme nécessaire à l'achat est jugée colossale pour deux semaines de vacances en moyenne. En outre, beaucoup de jeunes plaisanciers préfèrent naviguer au soleil, parfois loin de la France. Ce qui rend moins opportun d'avoir son propre bateau dans un port hexagonal. « En fait, comme pour l'automobile, les jeunes ne veulent payer que l'usage, pas la possession, constate Guillaume Arnauld des Lyons, délégué général adjoint à la Fédération des industries nautiques (FIN). De plus, les loisirs sont multiples désormais. »



Adeptes de l'économie du partage, les nouveaux plaisanciers dopent le secteur de la location courte durée : la FIN évalue à 98 millions d'euros ce marché en France. La start-up Samboat, qui met en relation navigants et propriétaires, est devenue une sorte de « Airbnb du nautisme » et revendique 80 000 clients pour 20 000 bateaux ! Autre formule, la plate-forme communautaire Band of Boats permet de louer un bateau à la journée, ou même d'acheter en LOA (location avec option d'achat). Elle propose pas moins de 10 000 bateaux de toutes les marques en location, et 5 000 à la vente. La généralisation des « boat clubs » venus des États-Unis devrait aussi doper la location.

Dans ces clubs, tels que My Boat Club, les plaisanciers acquittent un droit d'entrée avant de payer une cotisation mensuelle en fonction de la taille des bateaux dont ils peuvent profiter dans différentes bases.

Bateaux spécifiques

Les chantiers adaptent progressivement leur offre à ces changements. Ils proposent des bateaux plus faciles à manœuvrer. Mieux encore, les chantiers Jeanneau ont conçu un voilier - le Sun Loft 47 - exclusivement réservé aux loueurs tels que Dream Yacht Charter et Kiriacoulis. Il compte six cabines doubles, un record. La subtilité ? La coque est réservée au couchage et la vie est organisée à l'extérieur. Le loueur

Le monocoque Jeanneau Sun Loft 47 a été conçu pour les loueurs capables de commercialiser des offres à la cabine, voire à la couchette. Pour gagner de la place, la coque est réservée au couchage et les espaces de vie sont sur le pont.

JEROME PELLAGOPIAN

peut commercialiser non seulement une cabine, mais aussi un simple couchage. En outre, il s'agit bien de monocoques (même si on les appelle « monocat »), moins chers que les catamarans. Si bien que les prix de location sont inférieurs, le tout pour un confort égal. « Ce sont les avantages d'un multicoque sans la taille ou le prix », relève un expert.

Conséquence de cet engouement pour la location, les ventes aux loueurs ont augmenté de 30 % l'an dernier chez Beneteau, pour représenter 11 % du chiffre d'affaires du constructeur français. Chez son concurrent Fountaine Pajot, spécialiste du catamaran, ce taux grimpe à 30 %. Les ventes liées aux nouvelles formes de pratique de la voile combleront-elles le moindre appétit des Français pour l'achat de bateaux ? C'est à la fois l'inconnue et l'enjeu de cette mutation de la plaisance. En tout cas, la filière dans son ensemble (constructeurs, loueurs, distributeurs...) a réalisé une bonne saison 2019, avec des revenus en hausse de 5 %, à 5,3 milliards d'euros.

Et par ailleurs, les chantiers français peuvent compter sur le dynamisme de leurs ventes à l'étranger, qui représentent plus de 75 % de leur chiffre d'affaires. Le nautisme est un des secteurs où la France brille. ■

Beneteau conservera ses douze marques

Le groupe vendéen, premier constructeur mondial en voile avec 1,34 milliard d'euros de chiffre d'affaires, réfléchit à l'optimisation de ses gammes pour éviter la cannibalisation : le catalogue recense en effet 225 modèles, dont 34 nouveautés (4 seront présentées au Salon du nautisme). Pour redresser la rentabilité (le résultat net a baissé de 19,3 % au dernier exercice), le nouveau président, Jérôme de Metz, présentera son plan de développement le 28 avril 2020. Toutefois, le groupe Beneteau

n'a pas l'intention d'ôter de son portefeuille l'une de ses douze marques. « Aujourd'hui, nous n'avons pas l'intention de prendre de décision en ce sens », indique Gianguido Grotti, directeur général délégué de la stratégie produits. Secteur dynamique, le nautisme embauche. Le groupe Beneteau, qui compte 5 400 salariés en France, lance à l'occasion du salon une nouvelle campagne de recrutement de 290 postes, dont 220 en Vendée, sur le thème : « Deviens constructeur nautique. » CH. G.

5,3 milliards d'euros Chiffre d'affaires de l'industrie nautique française en 2018-2019

76 % des bateaux produits en France sont vendus à l'export

48 531 bateaux produits en France en 2017-2018 (source FIN)