

bateaux Un dynamisme contrarié

La croissance du nautisme se ralentit, notamment par manque de place dans les ports. Les constructeurs tablent sur l'export ; le motonautisme léger se développe.

L'industrie nautique a le vent en poupe. Depuis 1997, elle a connu une croissance continue et multiplié son chiffre d'affaires par trois : 330 millions d'euros en 1994, 1,007 milliard en 2004. En 2005, la croissance devrait être encore de 5 %, preuve du dynamisme du secteur. Cependant, le chiffre d'affaires du nautisme, en France, a tendance à observer un palier depuis environ deux ans, même si la progression des immatriculations ne fait pas (23 000 unités, +1,3 % en 2005).

Sur ces données globales, fournies par la Fédération des industries nautiques (Fin), on constate aussi que les bateaux à moteurs représentent 35 % du chiffre d'affaires 2004 du secteur, dont 24,4 % pour les habitables et 10,6 % pour les non-habitables.

Lesquels font de la pêche ? Difficile à dire mais on sait que 89 % des plaisanciers citent comme activité principale les promenades à la journée, la pêche et la baignade. Le créneau pêche-promenade n'apparaît donc pas négligeable. Et des grands constructeurs comme Beneteau tablent maintenant beaucoup sur les bateaux à moteur. Le leader vendéen a progressé de 22 % en 2005 dans ce domaine et espère, d'ici quelques années, se hisser au troisième rang mondial (il est actuellement cinquième).

GONFLEMENT DU MARCHÉ DU PNEUMATIQUE

La France se situe déjà parmi les dix premiers pays constructeurs et exportateurs de bateaux à moteurs et est aussi leader mondial dans la construction de bateaux pneumatiques (un tiers du marché selon la Fin).

Ces pneumatiques appartiennent à une catégorie actuellement en plein essor : le motonautisme léger, considéré par les professionnels comme un des



Le succès récent des petits bateaux tient beaucoup au développement de la pêche à la canne.

moteurs de l'industrie française dans les années à venir. Les moins de 6 mètres représentaient déjà, en 2005, près de 72 % des immatriculations.

Dans cette catégorie, se retrouvent aussi les bateaux à moteur à coques rigides de moins de 6 mètres, pouvant être transportés aisément sur remorque. « Les pneumatiques, les semi-rigides ou les petits bateaux, type open ou walk around, connaissent un grand succès auprès des pêcheurs plaisanciers », constate lui aussi Jean Kiffer, le président de la Fédération nationale des pêcheurs plaisanciers et sportifs de France. La plupart de ceux qui pratiquent la pêche utilisent des bateaux de 5 à 7 mètres et restent près des côtes. La grande nouveauté qui

a porté le succès des petits bateaux, c'est le développement de la pêche à la canne. Ces bateaux sont dépourvus de cabine ou possèdent une cabine réduite pour qu'on puisse circuler aisément à bord et sont en général assez puissants pour se déplacer sur les spots. Ils correspondent bien à cette nouvelle forme de pêche plaisance.

Outre la canne, le succès de ces petits bateaux s'explique aussi par le manque de place dans les ports. « C'est un facteur majeur de la stagnation des ventes de bateaux en France », note François Sellier, directeur commercial

chez Ocqueteau. À cela s'ajoute, pour les bateaux à moteurs, la flambée du prix du carburant. « Sans nier que le motonautisme léger est en plein développement, il croit toujours aux pêche-promenades plus classiques (financiers). « Un bateau léger, c'est bien mais cela secoue dur pour une utilisation familiale, dit-il. Et les contraintes de mise à l'eau sont fortes. Beaucoup de gens souhaitent donc assez rapidement s'orienter vers un bateau un peu plus gros et plus confortable... Et c'est là que se pose à nouveau le problème des places de port. »

LES STRATÉGIES DIFFÉRENTES DES CONSTRUCTEURS

La quarantaine de chantiers français travaillant dans le nautisme se porte plutôt bien, après dix ans de croissance du marché hexagonal. Face au ralentissement de ces dernières années, les plus réactifs mettent l'accent sur l'exportation. Les derniers chiffres de la Fédération des industries nautiques enregistrent une forte progression, le taux d'exportation passant de 59 % en 2003 à 62 % en 2004. Les chiffres 2005 devraient confirmer la tendance.

Le développement des exportations est cependant plus ancien, puisqu'il n'a pas cessé depuis 1996. « Il ne faudrait pas que ce marché se tasse aussi », craint Jean-Pierre Mellier, le PDG du chantier Ocqueteau (lire page suivante). Cela ne semble pas le cas, l'Europe restant le principal débouché pour tous ces constructeurs français.

Face à des poids lourds comme Beneteau ou Jeanneau, les petits chantiers peuvent avoir plus de mal à adop-

ter cette stratégie, surtout lorsqu'ils se positionnent sur le créneau des unités de petites tailles. Le coût du transport doit, notamment, être pris en compte (1). Malgré tout, certains y parviennent fort bien, même dans le pêche-promenade, jouant sur la qualité, l'originalité ou la spécialisation de leurs produits. Dans ces cas-là, le facteur prix est moins pénalisant.

Ces chantiers qui mettent l'accent sur l'identité de leurs produits et de leurs savoir-faire revendiquent aussi maintenant le fait de produire en France, alors que les plus gros fabricants délocalisent une partie de leur production dans des pays comme la Pologne pour rester compétitifs. Quel que soit le type de produit qu'il recherche et son budget, le plaisancier français a de quoi satisfaire ses envies.

(1) Les pneumatiques n'ont pas ce problème.

Lubrifiants pour la Plaisance

NEPTUNA

www.lubrifiants.total.fr

TOTAL