



Un nouveau concept de support nautique

Présentation

En 2009, à la demande de la région Bretagne, l'arist, service de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Bretagne a mené une action dont l'objectif était de dégager des pistes de développement de nouveaux produits dans le domaine de la plaisance.

Cette action a nécessité la mise en place d'un groupe de travail, composé d'experts de la filière Nautisme, animé par l'arist Bretagne.

La cible de clientèle retenue, la démarche utilisée ainsi que les résultats obtenus par le groupe de travail sont présentés ci-après.

Il s'agit d'une présentation très synthétique d'une démarche riche en productions.

A l'issue de ce travail, l'Agence Economique de Bretagne a demandé au cabinet marketing GMV Conseil de réaliser une enquête consommateurs dans l'objectif d'avoir une première validation du concept.

Cible retenue

Un groupe

Couple, famille ou amis, non pratiquants ou qui ont découvert la plaisance en tant qu'invités.

Motivations

Réitérer une expérience de la plaisance ou découvrir des espaces naturels ainsi qu'un environnement touristique et culturel grâce à un mode de déplacement nautique. Ce support constituera pour eux à la fois une nouvelle expérience et un premier accès « facile » et « sans contrainte » à la plaisance.

Démarche utilisée - Le principe

Deux points essentiels pour la réflexion

- Avoir un regard différent sur les clients et les concurrents.
 - Ne pas s'intéresser aux clients qui acceptent l'offre, mais plutôt se demander pourquoi les non-clients la refusent.
 - Tourner le dos à ses principaux concurrents, pour observer d'autres marchés.
- Intégrer très tôt les tendances de consommation.

Questions et résultats

Un regard différent sur les clients

Pourquoi les non-clients ou non-pratiquants refusent-ils l'offre ?

Quels sont les points communs à tous ces renoncements ou à ces choix différents ?

Les non-clients imminents

Ce sont des propriétaires de voiliers, mais ce ne sont pas des clients « captifs ». Ils ont fait un choix par nécessité, en attendant de trouver mieux.

Quelles raisons peuvent pousser ces non-clients à vendre leur bateau ?

Le budget

- Le coût d'entretien par rapport à l'utilisation qui est faite du bateau.
- Le coût d'achat.

Les contraintes

- Les contraintes d'hivernage, de stockage, d'entretien, voire de mise à l'eau.
- La place au port ou la place de stockage à prévoir.
- Les soucis techniques : l'entretien d'un voilier demande un minimum de « bricolage ».

Les problèmes de compétence, « d'appropriation » du bateau

- La technique de la voile semble difficile, voire inaccessible, réservée aux initiés, à une élite.
- Le milieu : la voile est un milieu fermé, un peu frime, qui intimide.
- La peur de l'eau et de se trouver dans un milieu moins sécurisant, voire hostile.
- Le mal de mer.
- L'aspect culturel.

Les non-clients anti

Ces clients « votent contre » le voilier. Acheter un voilier n'est pour eux pas envisageable, voire inacceptable.

Quelles raisons peuvent rendre l'achat d'un voilier inacceptable ?

Les non-clients inexplorés

Aucune entreprise du secteur ne les a ciblés. Ces non-clients n'ont jamais pensé au bateau.

Leur point commun avec les pratiquants : ils cherchent une expérience « sportive », en contact avec la nature et présentant un élément nouveau « à maîtriser ». Exemple : les pratiquants de la péniche ou de la roulotte attelée.

Pour quelles raisons on peut choisir ces pratiques ?

- Faire une activité paisible et confortable.
- Faire une activité qui permet parfois une visite guidée.
- Pratiquer des activités associées, notamment grâce au chemin de halage : marche à pied, vélo.
- Partager une activité en famille.

Un regard différent sur les concurrents

L'observation d'autres marchés

L'expérience client

Lister tout ce qui se passe avant, pendant et après l'utilisation d'un bateau à voile de 5 à 8,50 m pour la réalisation d'un week-end de découverte des côtes bretonnes.

Quelles sont les difficultés rencontrées ?

Quels sont les produits et services dont le client se sert, en plus du bateau ?

Les points de difficultés

Les problèmes de compétence, « d'appropriation » du bateau

Quand le chef de bord n'est pas, il y a des tensions à bord. Celui-ci est mal à l'aise, notamment dans les manœuvres et à peur du ridicule, dans un univers assez élitiste.

La femme, rarement compétente, se retrouve à des tâches « ingrates » et néanmoins pas toujours faciles. Les enfants sont inactifs.

Les problèmes de la place de chacun et des activités sur le bateau ou hors du bateau

Convaincre « madame » et les enfants de l'intérêt d'une « sortie bateau ».

Toutes les personnes à bord ne trouvent pas leur place et sont parfois contraintes à être inactives.

Baignade : activité rarement systématique, souvent réservée aux enfants ; beaucoup de gens ont peur de se baigner en pleine mer.

Les solutions de substitution

Lister les autres supports nautiques qui permettent de découvrir les côtes bretonnes par la mer :

Le bateau moteur, le kayak, le petit cabotage, la balade nautique, les vedettes touristiques, la location de bateau, l'achat d'un programme complet

Pourquoi les clients optent pour ces solutions ?

Les compétences nécessaires, « l'appropriation » du bateau

- Pas de compétences nécessaires pour piloter le bateau
- Un accostage facile
- Apprendre ou découvrir la voile, en toute sécurité, grâce à un encadrement adapté
- Pouvoir profiter de la mer et d'une première découverte, sans expérience

La place de chacun et activités sur le bateau ou hors du bateau

- Le plaisir de la vitesse
- Se faire des sensations
- S'amuser
- Profiter de la mer
- Oser d'autres programmes de navigation avec son bateau
- Permet d'allier le déplacement et la pratique d'un sport
- Est un moyen de transport, au delà de la balade elle-même
- Pratique mixte, où l'homme et la femme trouvent leur place à bord
- Etre entre amis
- Naviguer dans une ambiance conviviale, pouvoir partager

Les contraintes de transport, de place au mouillage, de mise à l'eau

Nécessité d'avoir le permis E.

Il y a un vrai problème de place durant les week-ends prolongés.

L'annexe ne permet pas de débarquer en toute sécurité et dans le confort.

Les contraintes de débarquement, rangement, nettoyage, sortie de l'eau écourtent le week-end.

Les contraintes liées au mode de déplacement unique : la voile

Le moteur est bruyant et le bateau n'est pas toujours équilibré. Il est surtout prévu pour les manœuvres.

En voile, on n'a pas la maîtrise des horaires, ce qui écourte le week-end.

Autres points

Annulation en cas de mauvais temps ou changement de programme de navigation.

Les produits et services utilisés en plus

Hivernage et entretien du bateau

Paiement de la cale

Mise à l'eau

Parking

Chambres d'hôtes ou hôtel

Toilettes et douchettes

Avitaillement

Transport, place au mouillage, mise à l'eau

-Transport facile

-Avoir un accès direct au sport, sans les contraintes

-Pouvoir changer de bassin de navigation

-Ne pas avoir les contraintes d'entretien et de mise à l'eau

-Tout est organisé, pas de contrainte

Mode de déplacement unique : la voile

-La maîtrise du temps de déplacement

-Une grande liberté de déplacement

-Embarquer immédiatement à des horaires de départ fixes

Le budget

-Prix accessible

-Pouvoir naviguer sur de beaux bateaux, que l'on a pas les moyens de s'acheter

-Ne pas faire de la voile un loisir exclusif, compte tenu des budgets nécessaires.

-Constitue souvent le seul moyen d'accès à la mer à un coût accessible et en toute sécurité

Le rêve, l'évasion

-Fait référence à la tradition, au rêve, à la culture, à la région

-Faire quelque chose de différent

-Découvrir des sites et environnements nouveaux

-Aller à son rythme, à un rythme différent

Tendances de consommation

Ces tendances sont issues des entretiens menés auprès des experts du nautisme qui ont constitué le groupe de travail, ainsi que de sources documentaires dans le domaine des sports, des sports de pleine nature et du tourisme.

Un nouveau consommateur de pratique sportive

Les pratiquants sportifs, souhaitent diminuer au maximum les temps d'attente, d'apprentissage, les contraintes logistiques, les aléas de la météo.

Il existe un nouveau « consommateur d'activité nautique » exigeant sur la notion de plaisir immédiat et impulsif dans sa décision d'achat. Il veut découvrir, sans devenir autonome, consommer « des jours de mer ».

Des loisirs de proximité

La clientèle excursionniste constitue un fort potentiel (clientèle dans un rayon d'une heure de voiture, qui fait une activité à la journée, sans planification et pas forcément en saison touristique).

On redécouvre les pratiques sportives de proximité.

Pas de pratiques exclusives

La demande de prestations à la carte se développe.

Les consommateurs recherchent la multiplicité des pratiques et des expériences.

Les éléments de l'offre

Réfléchir à une offre qui permettrait de :

- palier aux renoncements mis en évidence
- inclure les produits et services utilisés en plus
- résoudre les difficultés rencontrées
- prendre en compte les raisons des choix différents

Compétence et appropriation du bateau

Proposer une prise en main du bateau, voire une formation.

Développer des didacticiels à bord.

Proposer la présence d'un pilote qui effectue les entrées et sorties de ports.

Proposer la présence d'un skipper.

Pouvoir disposer d'une « Hot Line » en mer.

Modifier le support (bateau à voile) pour permettre une prise en main et une utilisation plus facile.

Avoir un bateau stable, notamment à l'arrêt.

Activités et place de chacun

Concevoir une plate forme de loisirs nautiques, avec :

un espace de repos (coussins) suffisant,
un espace sécurisé prévu pour la pêche,
un aménagement sécurisé permettant à 2 personnes de s'installer à l'étrave,
un hublot pour observer les fonds marins,
un équipement qui permet de faire de l'accrobranche grâce au mât,
un aménagement qui permet de monter et de descendre facilement du bateau pour se baigner,
un mat unique, sans gréement que l'on peut déboîter (en option),
une voile qui permette de « se faire des sensations », en toute stabilité,
des voiles qui permettent de faire autre chose (faire du parachute avec le SPI),
une annexe « 2 en 1 » : kayak (avec voile) et annexe,
de la place pour l'annexe et sa mise en œuvre,
un équipement de cuisine minimum (une glacière et un réchaud),
des coffres de rangement suffisants pour le matériel de pêche ou de plongée,
des guides sous forme de supports numériques individuels, à bord.

A terre :

Proposer un programme de découverte culturelle, touristique et des espaces naturels.

Proposer des locations de vélos, de scooters.

Développer des bornes interactives au port et des sites internet.

Proposer d'autres activités que le bateau aux membres d'un même groupe.

Mode de déplacement

Avoir un mat unique, sans gréement que l'on peut déboîter (en option).

Avoir un bon rapport voile / motorisation (*motorisation autre que thermique*)

Contraintes logistiques et météo

Diminuer le poids du bateau.

Proposer des « gilets bleus » qui prendraient en charge la mise à l'eau, aux périodes de pointes.

Développer les ports à sec avec une prise en charge complète des arrivants.

Proposer une location avec ou sans skipper + tous les services associés (avitaillement, ménage,...).

Prévoir un report, un avoir ou un transfert en cas de mauvaise météo.

Budget

Proposer un bateau en location

A quoi ressemblerait le marché si on poussait les tendances de consommation à l'extrême ?

Tendances	Marché « extrême »
<p>Nautisme : il existe un nouveau « consommateur d'activité nautique » exigeant sur la notion de plaisir immédiat et impulsif dans sa décision d'achat. Il veut découvrir, sans devenir autonome, consommer « des jours de mer ».</p> <p>Pratiques sportives : Les pratiquants souhaitent diminuer au maximum les temps d'attente, d'apprentissage, les contraintes logistiques, les aléas de la météo.</p>	<p>Le marché serait celui de la location de supports « prêts à l'emploi », faciles d'utilisation.</p> <p>Marché par ailleurs adapté aux non pratiquants.</p>
<p>Tourisme : La clientèle excursionniste constitue un fort potentiel : clientèle dans un rayon d'une heure de voiture, qui fait une activité à la journée, sans planification et pas forcément en saison touristique.</p> <p>Pratiques sportives : On redécouvre les pratiques sportives de proximité.</p>	<p>L'utilisation du bateau se ferait à la journée, voir à la demi-journée, comme on loue un vélo.</p>
<p>Tourisme : La demande de prestations à la carte se développe.</p> <p>Pratiques sportives : Les consommateurs recherchent la multiplicité des pratiques et des expériences.</p>	<p>L'offre serait entièrement modulable tant au niveau du support : possibilité d'avoir en option : un mât, d'emmener des vélos...que des services : possibilité de faire autre chose que du bateau, de prolonger la location, de réserver une chambre d'hôtel,...</p>

L'offre

Offre de base

Location pour une demi-journée d'une plate-forme de loisirs nautiques, pour 2 ou 6 personnes, modulable, avec ou sans permis, prête à partir, comprenant :

- des fonctions loisirs de base :
 - un espace de repos,
 - un espace sécurisé, prévu pour la pêche,
 - un aménagement sécurisé permettant à 2 personnes de s'installer à l'étrave,
 - un hublot pour observer les fonds marins,
 - un aménagement qui permette de monter et de descendre facilement pour se baigner en toute sécurité,
- un parcours d'initiation à la navigation au moteur d'une ½ heure et une hot line.

En option

Des fonctions loisirs supplémentaires.

La possibilité d'avoir un encadrant ou accompagnant pour une initiation à la voile sur une demi-journée.

Des guides « touristiques » pour organiser son parcours avant de partir et pour découvrir sur place (guides numériques, individuels, à bord).

La possibilité de prolonger son séjour : 1 jour, 2 jours, un week-end prolongé.

La location de vélos, à terre.

La réservation d'un hébergement.

Un service de crèche.

D'autres activités que le bateau, pour les personnes d'un même groupe qui ne souhaitent pas naviguer.

Opération financée par le Conseil régional de Bretagne

