



Le marché de la plaisance en France

**Mieux comprendre les pratiques,
les besoins et les attentes
des plaisanciers**





Réalisation pour ODIR France

Bureau d'études GMV Conseil

Béatrice ROYAUX

Magali MONSAVOIR

Estelle DELPHIN LOBEL

Comité de pilotage

Association Nationale des Elus du Littoral

Christine LAIR

Fédération Française des Ports de Plaisance

François BOUILLE

Eric RAHYR

Fédération des Industries Nautiques

Nathalie BIGAIGNON

Colette CERTOUX

Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable
et de l'Aménagement du Territoire

Denis CLERIN

Yves GAUTHIER

Katrin MOOSBRUGGER

Conseil Supérieur de la Navigation de Plaisance et des Sports Nautiques

Vianney SEVAISTRE

ODIT France

Christine BOUYER

Ludmila JURCIK

Directeur de la publication

Christian MANTEI

Coordination éditoriale

Bénédicte MAINBOURG

Sophie REMOND

Préface


Secteur particulièrement actif, la plaisance constitue un facteur important de dynamisation pour les destinations littorales touristiques. Dans un contexte difficile en termes notamment de capacités d'accueil, mieux connaître les pratiques des plaisanciers actuels, comprendre leurs attentes et leurs besoins, s'interroger sur l'évolution du marché de la plaisance, identifier de nouveaux modes de consommations, sont autant d'éléments nécessaires à la réussite d'une politique ambitieuse de développement de l'offre nautique à l'échelon local comme à l'échelon national.

Cette nouvelle étude, Le marché de la plaisance en France, mieux comprendre les pratiques, les besoins et les attentes des plaisanciers, s'inscrit dans l'ensemble des travaux réalisés par ODIT France sur la plaisance dans le cadre du Comité pour le Développement des Capacités d'Accueil de la Plaisance (CODCAP).

Créé en novembre 2003, le CODCAP rassemble la Fédération Française des Ports de plaisance, la Fédération des Industries Nautiques, l'Association Nationale des Elus du Littoral, le Conseil Supérieur de la Navigation de Plaisance et des Sports Nautiques, la Direction générale de la Mer et des Transports et ODIT France. Il a pour mission principale de centraliser les initiatives et de favoriser la mise en œuvre, dans le respect de l'environnement, de solutions concrètes face au manque de capacités d'accueil des ports de plaisance ; chacun des acteurs intervenant sur les réseaux et les domaines propres à ses compétences.

Le CODCAP conduit à ces fins depuis 2003 des actions d'ingénierie visant à développer la filière nautique dans toutes ses composantes : industries nautiques, équipements portuaires, accroissement des pratiques, augmentation des clientèles touristiques et de loisirs, optimisation des retombées économiques. Plusieurs outils ont ainsi été produits.

En 2007-2008 ODIT France a souhaité poursuivre son action d'appui aux porteurs de projets et engager avec le CODCAP un nouveau type de travail, orienté cette fois vers le marketing : une étude de marché des clientèles actuelles de la plaisance et de leurs évolutions, afin d'aider les acteurs de la filière nautique, publics et privés, à connaître et anticiper les évolutions de ces clientèles pour mieux y répondre.



Dans ce contexte, ODI France et le CODCAP ont confié à GMV Conseil la réalisation d'une étude à la fois opérationnelle et prospective, sur le marché de la plaisance en France, avec les objectifs suivants :

- Mieux connaître les pratiques et les besoins des plaisanciers actuels et futurs sur le marché français
- Identifier les nouvelles tendances en matière de consommation (bateaux et services dans les ports)
- Déterminer les attentes en termes de nouveaux produits / services et les consentements à payer en fonction des segments de clientèles et des modes de consommation.

Cette étude couvre plusieurs problématiques :

- Celle concernant les plaisanciers : connaissance des plaisanciers, des pratiques de la plaisance et des usages des bateaux, caractérisation des attentes en matière de consommation de plaisance (avec définition d'une typologie).
- Celle concernant les lieux de pratique de la plaisance : positionnement et stratégie des ports de plaisance français, connaissance des pratiques de plaisance en dehors des ports.

Ce document, très riche et couvrant un large spectre, se présente sous un format à la fois pratique et pédagogique :

- Un premier document de synthèse, pour appréhender le sujet au travers des principaux résultats, à partir duquel le lecteur pourra se diriger vers quatre documents détaillés complémentaires afin d'approfondir les données et analyses :
 - « Etat des lieux de la plaisance en France » : profils des plaisanciers, pratique de la plaisance, caractéristiques des bateaux de plaisance, segmentation des plaisanciers.
 - « Segmentation comportementale des plaisanciers »
 - « Perception de l'offre » : sphère de besoins , relation à l'offre (ports, bateaux, loueurs), satisfaction et attentes.
 - « Perspectives pour l'offre » : propension à payer pour des services supplémentaires et opportunités pour l'offre sur les différents segments.

En souhaitant qu'il permette de dynamiser encore plus ce secteur déjà très actif.

Michel Bécot
Président

Christian Mantei
Directeur général

Sommaire actif

Préambule	6
Méthodologie suivie	6
Remarques préliminaires et clefs de lecture	8
Principaux enseignements de l'étude sur le marché français	10
La plaisance en France aujourd'hui	11
● Profil des plaisanciers ● Pratique de la plaisance ● Caractéristiques des bateaux	
Segmentation opérationnelle des plaisanciers	18
Perception de l'offre	21
● Sphère de besoins ● Relation à l'offre ● Satisfaction et attentes	
Perspectives pour l'offre	34
● Propension à payer pour des services supplémentaires	
● Opportunités pour l'offre sur les différents segments	

RESULTATS DETAILLES DE L'ETUDE



Le marché de la plaisance en France	
Mieux comprendre les pratiques, les besoins et les attentes des plaisanciers	39
1 Etat des lieux de la plaisance en France	40
1. Profil des plaisanciers	41
2. Pratiques de la plaisance	57
3. Caractéristiques des bateaux	74
2 Segmentation comportementale des plaisanciers	88
1. Segmentation des plaisanciers issue de l'enquête quantitative	89
2. Segmentation des plaisanciers issue de l'enquête qualitative	107
3 Perception de l'offre	123
1. Sphère de besoins des plaisanciers	125
2. Relation au bateau et à son équipement	128
3. Accès à l'offre de location	134
4. Relation au port	140
5. Satisfaction et attentes vis-à-vis des ports français	154
3 Perspectives pour l'offre	178
1. Propension à payer pour des services supplémentaires	180
2. Perspectives pour l'offre sur les différents segments	190

Préambule

Méthodologie suivie

Une méthodologie en trois temps, articulant outils de recueil qualitatifs et quantitatifs est proposée :

Phase 1.

Cadrage et panorama du marché français de la plaisance [conduite en février – mars 2008]

La première phase de la mission a eu pour objectif de capitaliser sur les acquis (études préalables et autres données disponibles, en particulier au sein du comité de pilotage) et de recueillir des données permettant de calibrer au mieux les phases ultérieures.

Pour cela, elle a suivi la méthodologie suivante :

- Réalisation de 10 entretiens auprès des acteurs de la filière plaisance pour bénéficier de leur expertise et cadrer la problématique
- Conduite d'une enquête omnibus ^(*) auprès de 2 000 personnes pour qualifier la cible des plaisanciers et permettre de construire sur cette base un échantillon ciblé mais non-biaisé, pour l'enquête quantitative conduite en deuxième phase de l'étude.

L'objet du questionnement proposé pour cette enquête était d'établir une caractérisation des plaisanciers parmi la population française :

- Part des plaisanciers dans la population française
- Profil des plaisanciers (par différence avec les non-plaisanciers) : âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle (CSP), niveau de revenu, situation familiale, ...
- Premiers éléments sur les pratiques des plaisanciers : fréquence de navigation, type de bateau détenu ou utilisé, ...
- Réalisation de 10 entretiens qualitatifs "préparatoires" auprès de plaisanciers afin de cerner l'univers (ou les univers) de référence pour la pratique de la plaisance (motivations, registres, valeurs, perspectives), de recenser les différentes pratiques liées à la plaisance, d'identifier les thématiques à creuser ultérieurement dans l'analyse détaillée de la demande.

^(*) Enquête auprès d'un échantillon représentatif de la population française dans laquelle différents donneurs d'ordre peuvent insérer chacun quelques questions, afin de mutualiser les coûts.



Phase 2.

Revue de l'offre, des pratiques et des attentes des plaisanciers français [conduite d'avril à juin 2008]

La deuxième phase de la mission avait pour objet l'interrogation à proprement parler du marché de la plaisance sur la base de la combinaison d'une approche quantitative et d'une approche qualitative, permettant d'explorer et de quantifier les pratiques, les perceptions, les attentes, les tendances ... et de mettre en lumière une segmentation des clientèles.

Elle a suivi le déroulé ci-dessous :

- Conduite de 20 entretiens en face à face auprès de gestionnaires de ports pour explorer le sujet du point de vue de l'offre et discuter avec les gestionnaires des thématiques qui ont été ensuite abordées avec les plaisanciers.
- Réalisation d'un recueil quantitatif auprès d'un échantillon de 800 plaisanciers représentatif de la cible identifiée grâce à l'omnibus conduit en phase 1.

Cette enquête quantitative visait à dresser un état des lieux quantifié des pratiques de la plaisance en France (profil des plaisanciers, pratiques détaillées, caractéristiques des bateaux de plaisance), à proposer une segmentation opérationnelle des plaisanciers et à hiérarchiser les points de perception de l'offre, de satisfaction, d'évolutions attendues et de consentement à payer.

- Réalisation d'un recueil qualitatif par "focus groups" (3 réunions de groupes conduites à Paris, Lyon et Saint-Malo) complétant le recueil quantitatif par une exploration ouverte des pistes d'évolution et d'amélioration des ports, des services à développer ou des nouveaux services à proposer, des modalités possibles pour la valorisation financière des attentes des plaisanciers.

Phase 3.

Analyse et restitution de l'étude [conduite en juin et juillet 2008]

Cette dernière phase a été une phase de formalisation des enseignements de la phase 2 pour garantir la diffusion et l'appropriation des résultats de cette étude et aboutir à des livrables correspondants aux résultats attendus de la mission.



L'ensemble des livrables produits a fait l'objet de discussions et d'une validation avec le Comité de Pilotage de la mission.





Remarques préliminaires et clefs de lecture

La définition du plaisancier retenue pour l'ensemble de l'étude était la suivante :

Personne pratiquant, de façon occasionnelle, régulière ou fréquente, une activité dite de plaisance : c'est-à-dire des sorties en mer (de quelques heures, d'une journée ou de plusieurs jours), sur un bateau de plus de 5 mètres et de moins de 24 mètres, à voile ou à moteur, hors sorties pour motifs professionnels.

Le choix de limiter l'étude aux bateaux supérieurs à 5 mètres a été fait par le comité de pilotage pour tenir compte de la réalité portuaire, et doit être pris en considération dans les comparaisons faites avec d'autres sources ou documents, en particulier celles sur les immatriculations. De la même façon, le segment de la grande plaisance (bateaux de plus de 24 m), très particulier en termes de clientèles et d'attentes / besoins a été volontairement écarté de l'étude.

Par ailleurs, les données chiffrées collectées dans le cadre de cette étude (via l'enquête omnibus et l'enquête quantitative auprès des plaisanciers) se rapportent à la population des personnes qui pratiquent la plaisance : **l'individu statistique est le plaisancier**, qu'il pratique sur un bateau dont il est propriétaire, sur des bateaux loués, en étant invité par des amis, dans le cadre de club ou stages, qu'il soit très fréquent ou très occasionnel.

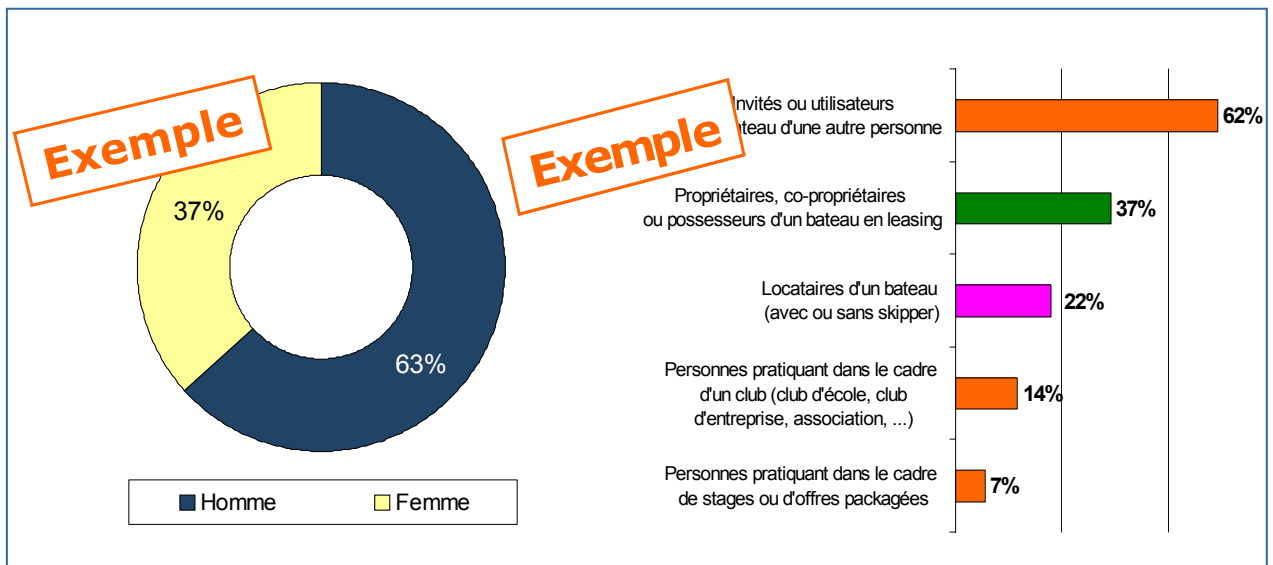
Les comparaisons avec des sources macro-économiques portant sur les parcs ou les ventes de bateaux (stock et flux) doivent donc être conduites avec précaution, **l'individu statistique bateau et l'individu statistique plaisancier n'étant pas superposables** : à titre d'exemple, certains plaisanciers sont multipropriétaires et d'autres co-propriétaires et le parc de bateaux locatifs voit par nature un nombre élevé de pratiquants pour un bateau donné.

Clefs de lecture pour l'interprétation des résultats

Deux types de graphes, correspondant à deux modalités de questionnement des plaisanciers, ont été utilisés dans cette synthèse et dans les rapports détaillés.

- Des "camemberts" pour les questions à réponse unique : le plaisancier doit donner une et une seule réponse ; en conséquence, la somme des % indiqués fait 100% (le nombre de réponses données est égal au nombre de répondants).

- Des "histogrammes" pour les questions à réponses multiples : le plaisancier peut se positionner sur plusieurs réponses ; en conséquence, la somme des % indiqués peut être supérieure à 100% (le nombre de réponses donné est supérieur ou égal au nombre de répondants).



Dans les graphiques présentant les résultats quantitatifs, les écarts statistiquement significatifs entre sous-populations seront indiqués de la façon suivante :

-  Ecart significativement supérieur à la population de référence
-  Ecart significativement inférieur à la population de référence



Principaux enseignements de l'étude sur le marché français

Ce chapitre a pour vocation d'offrir une lecture synthétique des principaux enseignements de cette mission. Elle renvoie aux parties détaillées de l'étude, les lecteurs qui souhaiteraient approfondir certains points.

La plaisance en France aujourd'hui

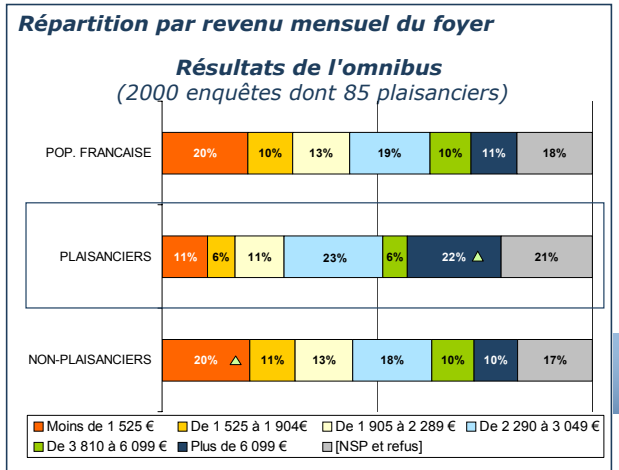
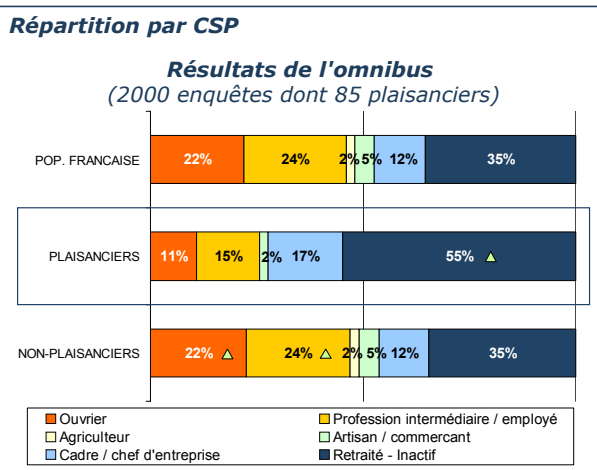
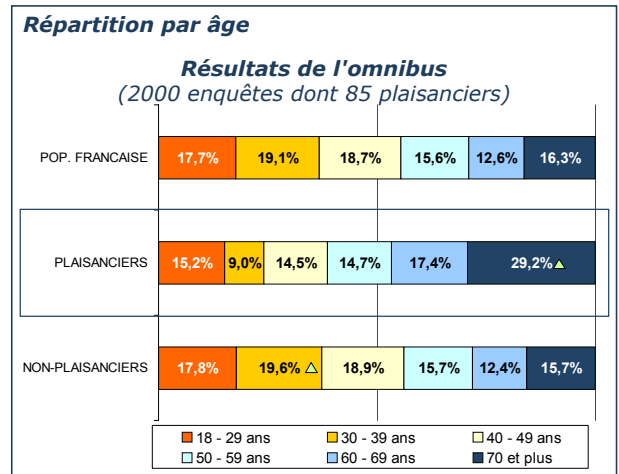
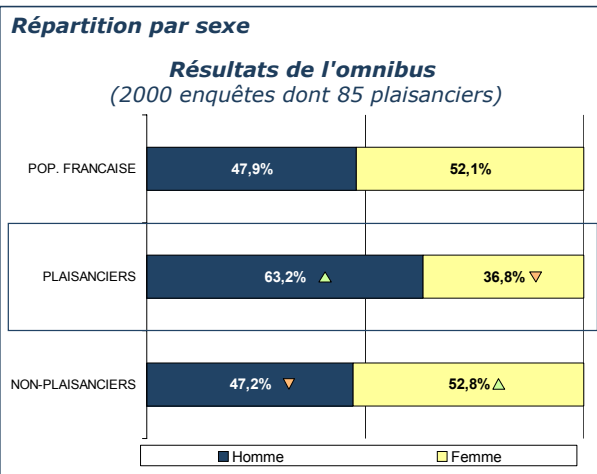
- Profil des plaisanciers
- Pratique de la plaisance
- Caractéristiques des bateaux sur lesquels naviguent les plaisanciers

Sur le profil des plaisanciers français

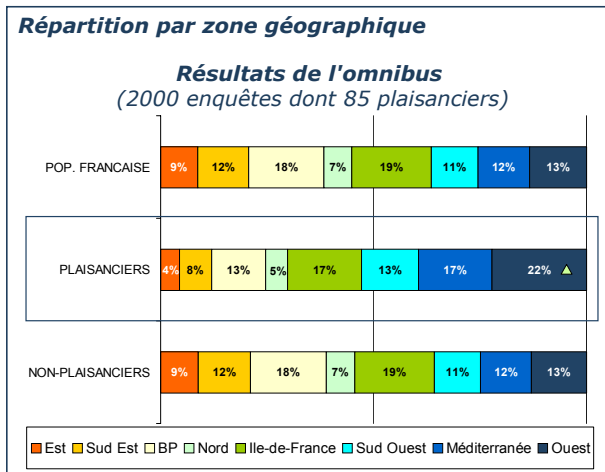
Les résultats de l'enquête quantitative menée en phase 2 confirment ceux de l'omnibus mené en phase 1 et permettent de donner une photographie du profil des plaisanciers.

La cible des plaisanciers

- Est plus masculine (63%) que féminine (37%) ;
- Est plus âgée que la moyenne française (54 ans en moyenne et 29% de plus de 70 ans) et plus aisée (catégories socioprofessionnelles élevées sur-représentées et en conséquence revenus supérieurs à la moyenne) ;
- Vit principalement en couple (46%) et/ou au sein de foyers sans enfants (72%).



Répartition par zone géographique



Elle concentre assez naturellement les habitants des zones côtières (48% des plaisanciers habitent un département littoral) et de l'Ile-de-France (bassin naturel de concentration de la population française et en particulier des catégories socioprofessionnelles élevées).

Leurs caractéristiques socio-démographiques (âge et catégories socioprofessionnelles élevées) se traduisent dans les pratiques de vacances des plaisanciers :

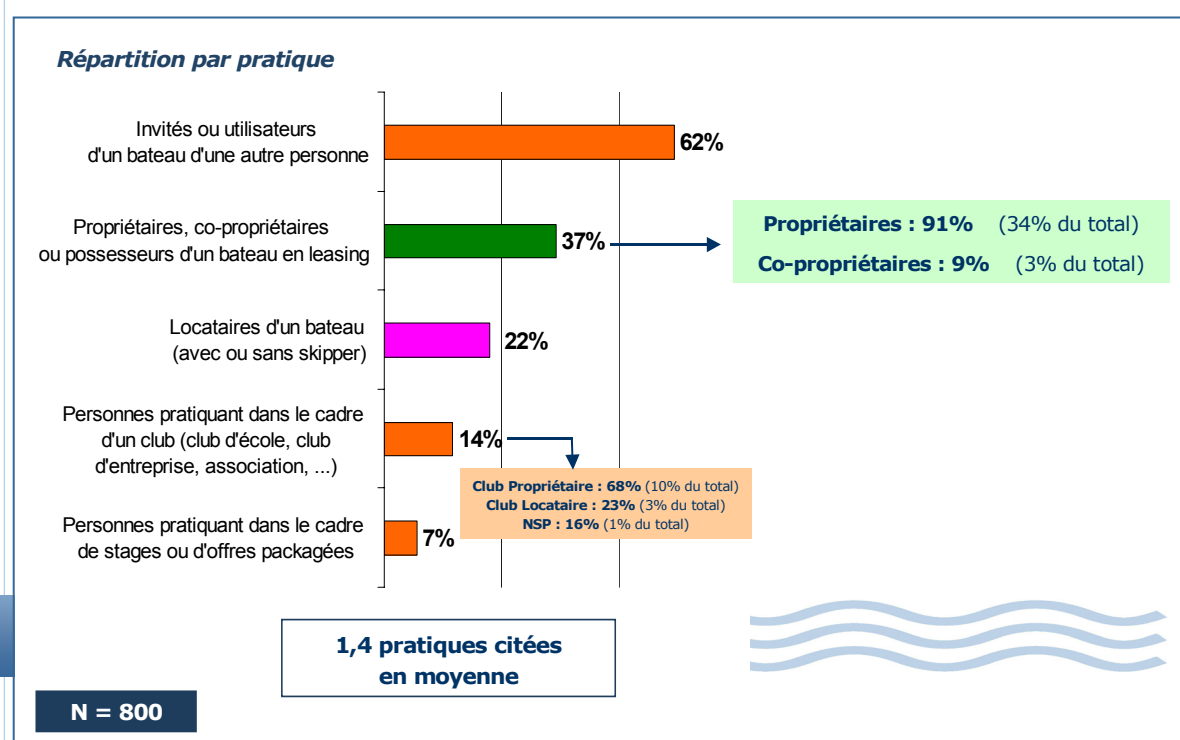
- Taux et nombre de départs en vacances élevés (tous les plaisanciers interrogés dans la phase quantitative partent au moins une fois par an en vacances et la moyenne se situe à presque 6 départs dans les 12 derniers mois, soit un niveau très supérieur à la moyenne française)
- Destinations et motivations diversifiées (mer bien sûr, mais aussi tourisme urbain, de découverte, ...)
- Détention d'une résidence secondaire pour 28% d'entre eux (contre une moyenne nationale entre 10 et 15%)

●●● Sur la pratique de la plaisance

La plaisance est une activité d'initiés - passionnés

- La pratique est souvent ancienne (pour la moitié de la cible, elle date de 20 ans ou plus, pour les deux tiers, elle date de 10 ans ou plus)
- Toujours régulière et intensive :
 - 63% des plaisanciers naviguent plusieurs fois par an,
 - 33% des plaisanciers naviguent plus de 30 jours par an et la moitié, plus de 15 jours par an.
- La pratique régulière et intensive de la plaisance induisant, de fait, des pratiques hors-saison :
 - 58% des plaisanciers naviguent en dehors de l'été,
 - 71% pratiquent la plaisance hors vacances scolaires.

Cette relation particulière à une activité "de loisirs" (faite d'héritage culturel et familial et de passion) conduit 37% des plaisanciers à faire le choix engageant de la propriété (ce, durablement : 64% des propriétaires étaient déjà propriétaires de bateaux avant l'achat de leur bateau actuel) ... voire pour 20% d'entre eux, de la multipropriété.



Derrière le terme de "plaisance" se cache une diversité de pratiques, mise au jour par la finesse de l'enquête quantitative. Ces différents modes de pratiques de la plaisance se combinent et ne sont pas exclusifs les uns des autres (une des caractéristiques importantes des plaisanciers étant d'être multi-pratiques).

Au titre de cette diversité de pratiques, on notera :

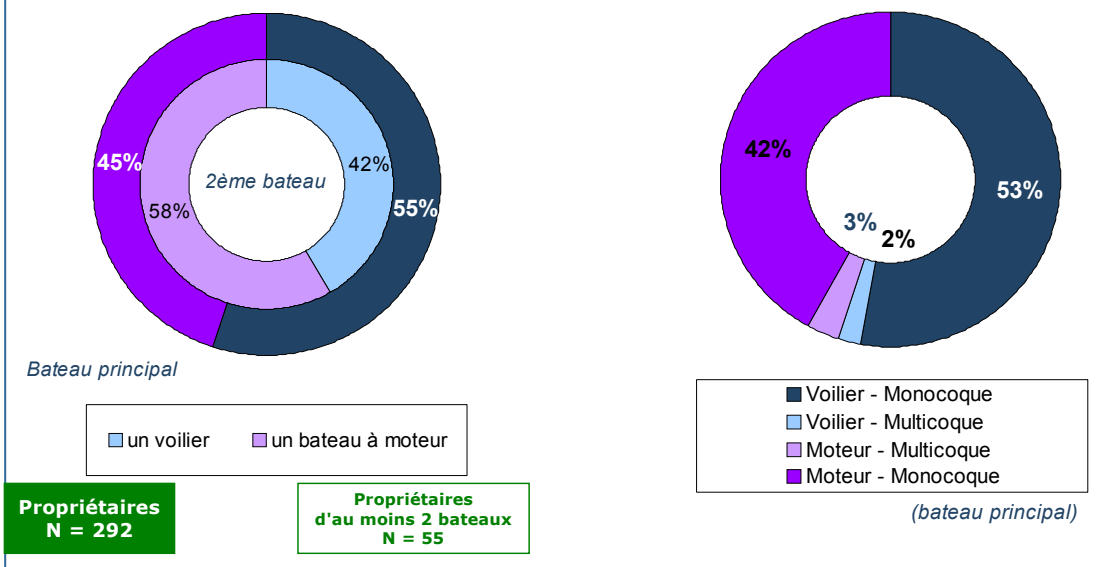
- Navigation sur des voiliers (60%) versus sur des bateaux à moteur (40%)
- Navigation comme invité (62%) versus sur son propre bateau (37%), sur un bateau loué (22%), dans le cadre d'un club / d'une association (14%) ou encore d'un stage / d'une offre packagée (7%)
- Logique d'excursion (sortie de quelques heures ou pour la journée) (53%) et de séjours, plus ou moins longs pouvant aller jusqu'au voyage au long cours
- Pratique d'une plaisance-vacances axée famille, convivialité, ressourcement, relation avec la nature et les éléments, voire pour certains, découverte et voyages (en moyenne, ces motivations concernent 84% des plaisanciers) versus pratique d'une plaisance active autour de la pêche et/ou de la navigation intensive (sportive et riche en sensations fortes, en solitaire, en vue d'une compétition) (30% des plaisanciers)
- Navigation en groupe d'adultes (74%), avec des enfants (45%), en couple (24%), en solitaire (11%)
- Navigation sur les côtes françaises (92%) et/ou à l'étranger (26%)

●●● Sur les caractéristiques des bateaux sur lesquels la plaisance est pratiquée

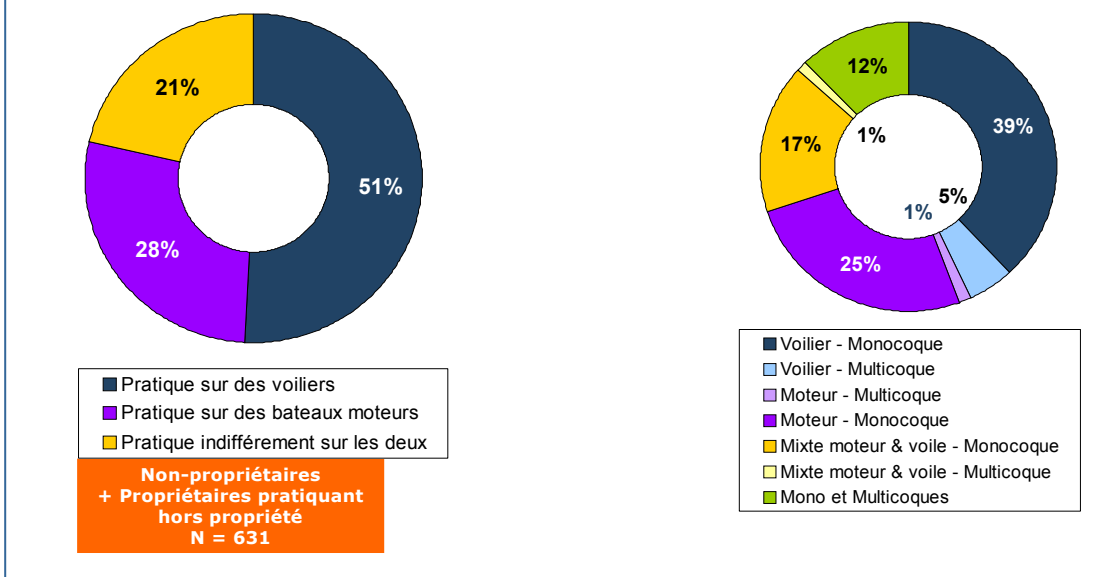
Les pratiques identifiées pour les propriétaires sur leur bateau, rejoignent celles hors propriété :

- Léger avantage pour la pratique de la plaisance sur des bateaux à voile par rapport à la pratique sur des bateaux à moteur
- 55% pour la voile contre 45% pour le moteur, sur la propriété
- 51% pour la voile contre 28% pour le moteur et 21% de mixte, pour la pratique hors propriété
- Pénétration encore faible des multicoques (5 - 6% des bateaux utilisés)

Répartition voile - moteur propriété



Répartition voile - moteur hors propriété

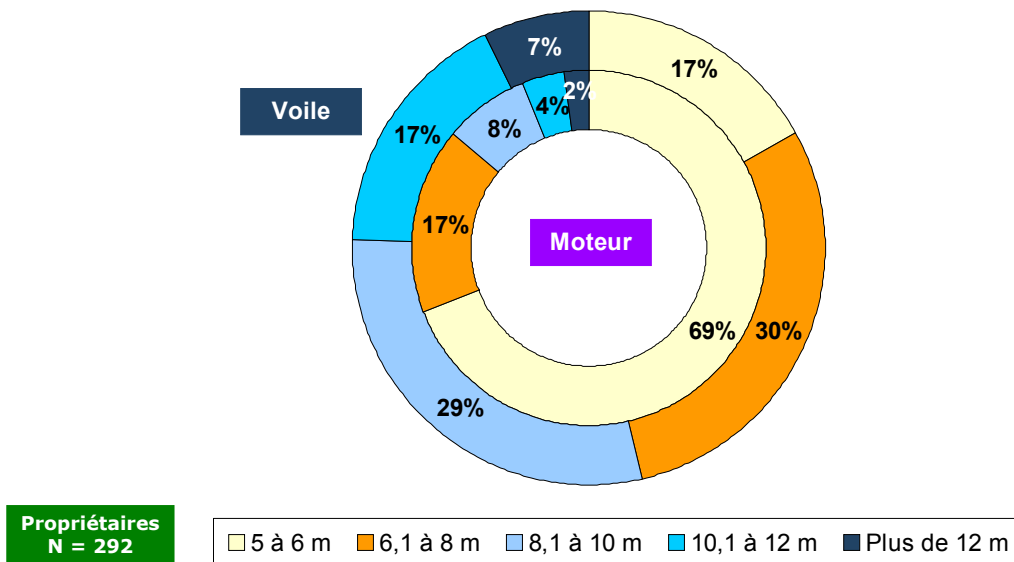




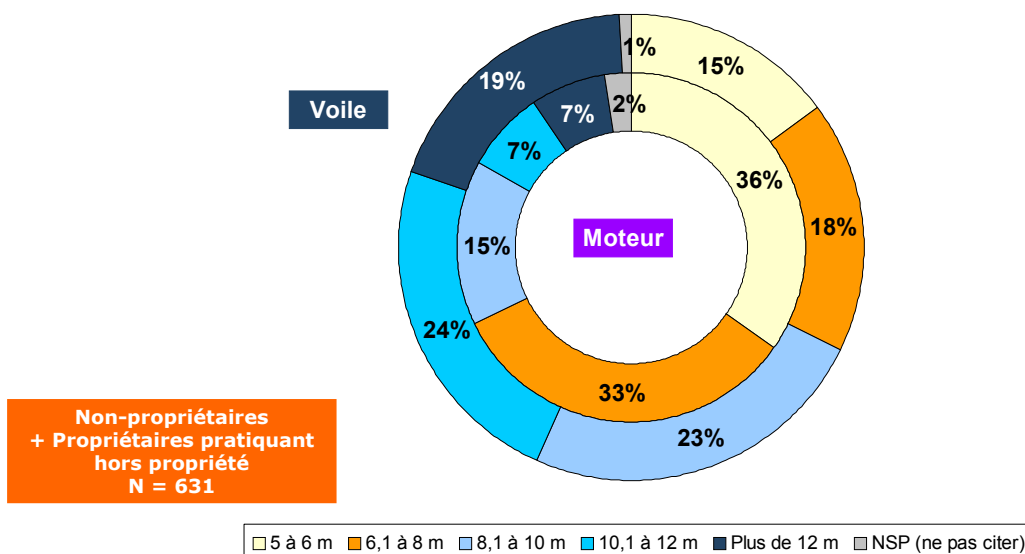
Sur le périmètre que nous nous sommes donnés, à savoir les bateaux de plus de 5 m :

- Confirmation de la prédominance des petites unités
 - 84% des bateaux détenus par les propriétaires font entre 5 et 10 m ;
 - 67% des bateaux utilisés pour la pratique hors propriété font entre 5 et 10 m.
- Confirmation du clivage voile / moteur en termes de taille des bateaux ; les bateaux à moteur représentant fortement le segment des moins de 6 m (69% des bateaux en propriété et 36% des bateaux utilisés pour la pratique hors propriété).

Répartition par taille d'unités

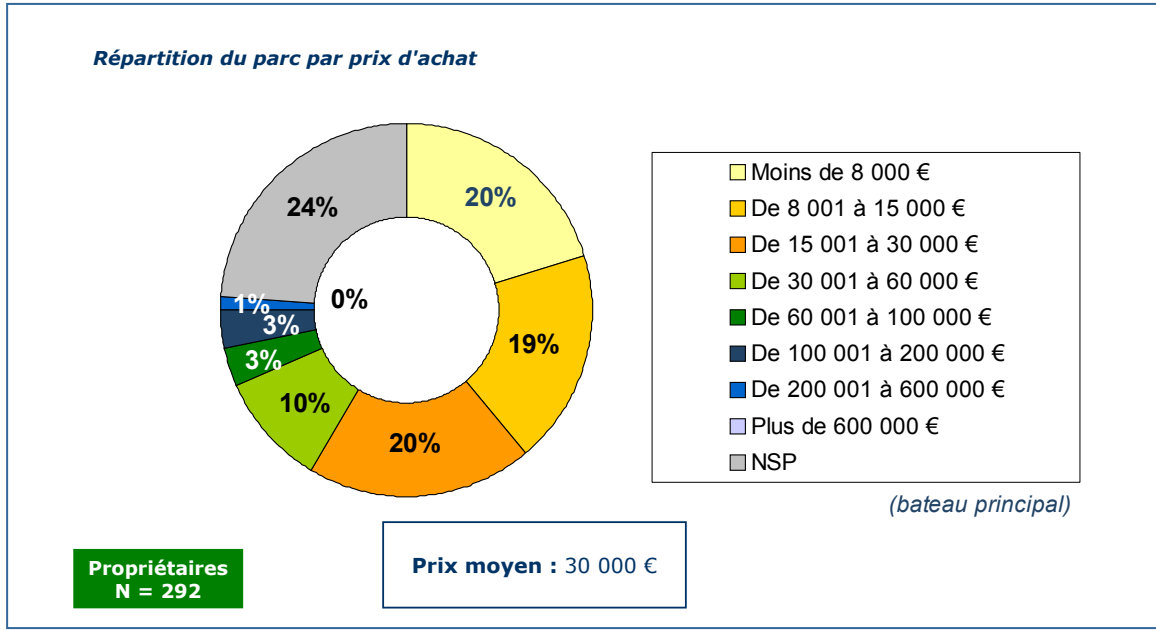
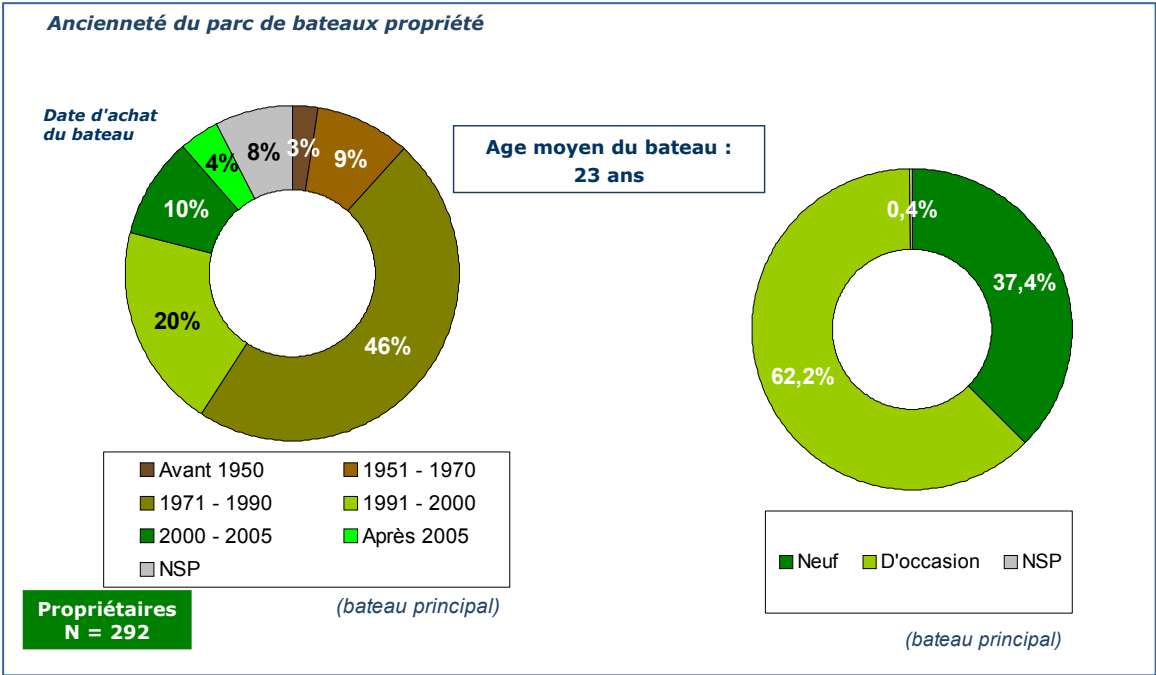


Répartition par taille d'unités

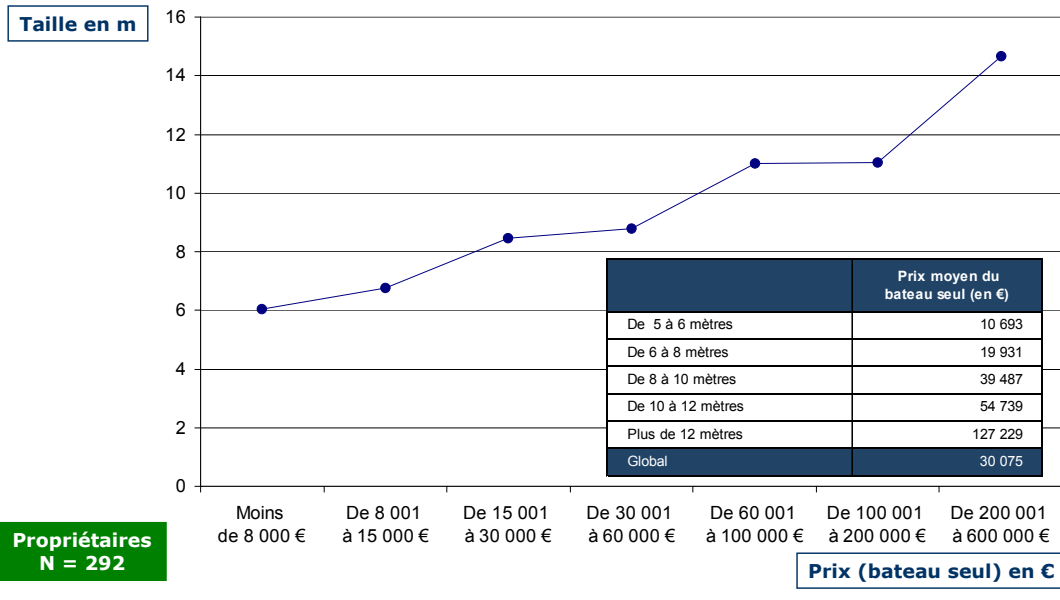


Un parc actuel de bateaux des propriétaires interrogés qui est :

- Assez ancien
(80% de bateaux construits avant 2000 - âge moyen des bateaux de 23 ans)
- Marqué par une accession via le marché de l'occasion (62%),
et donc auprès de particuliers (45%)
- Réparti en termes de prix d'acquisition (bateau seul) avec une médiane à 15 000 €
(la moitié du parc au-dessus et la moitié du parc en dessous) et une moyenne à 30 000 €.
 - La corrélation taille du bateau / prix du bateau étant manifeste.



Évolution prix d'achat et taille des bateaux.



Enfin, des critères de choix d'un bateau qui font apparaître :

- Pour les propriétaires, un choix raisonné valorisant les qualités techniques (31%) en lien avec l'usage (26%), puis le prix (25%) et la taille (21%)
- Pour les locataires, un choix mixant divers éléments : confort (24%), prix (23%), qualités techniques (23%), capacité d'accueil (21%), taille (20%), sécurité (19%)
- Pour les autres, une logique d'opportunité qui prévaut sur un choix de bateau (51%).

Pour en savoir +

sur l'état des lieux de la plaisance en France

- Profil des plaisanciers
- Pratique de la plaisance
- Caractéristiques des bateaux sur lesquels naviguent les plaisanciers

clic

1 | Etat des lieux de la plaisance en France ➔ page 40

Segmentation opérationnelle des plaisanciers

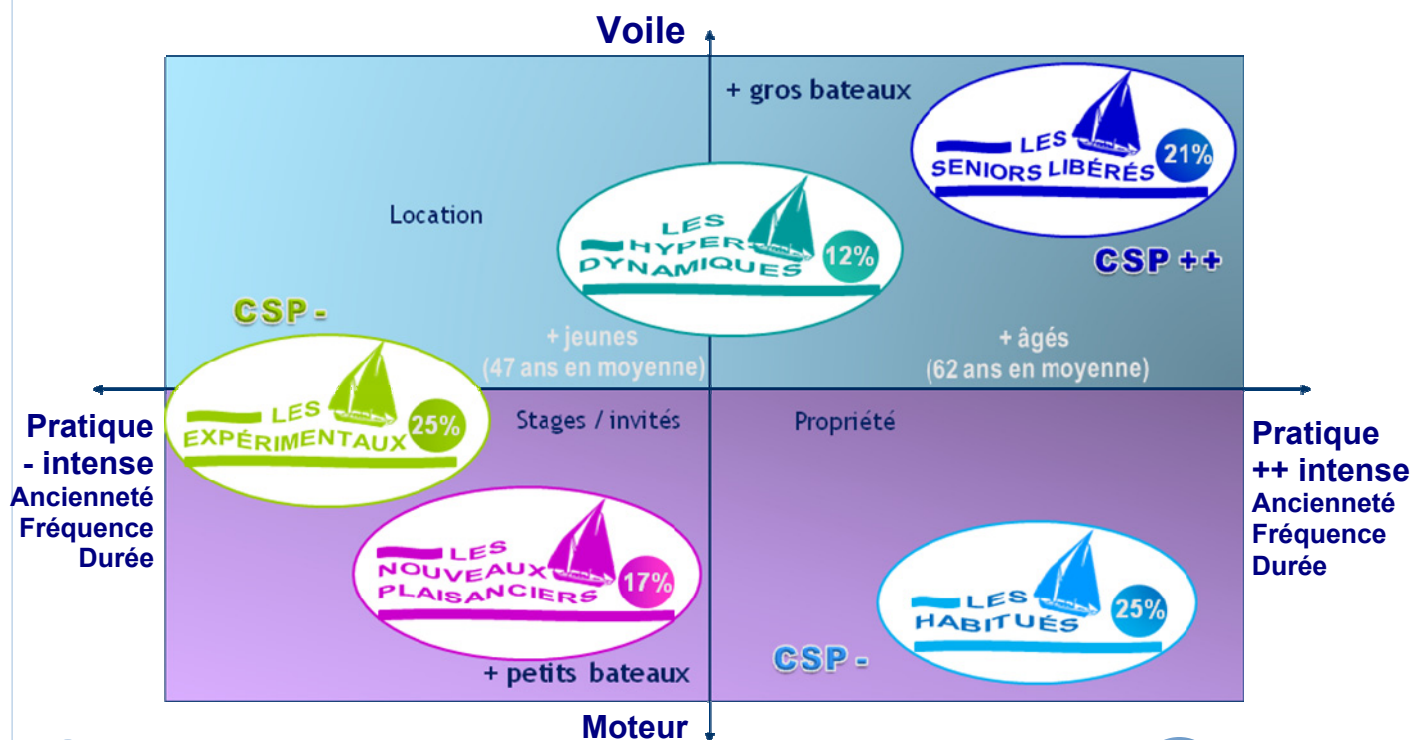
La richesse de l'information obtenue via l'enquête quantitative (mixant questions de "profilage" socio-démographique et questions comportementales) mais aussi sa volumétrie (800 interviews sur une cible circonscrite) ont permis d'aboutir, à partir d'analyses statistiques spécifiques, à une segmentation opérationnelle des plaisanciers et d'identifier ainsi 5 segments de plaisanciers discriminés dans leurs pratiques et leurs attentes.

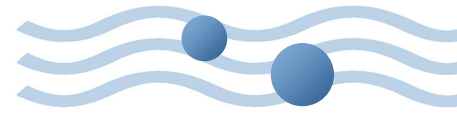
L'analyse fine de l'enquête quantitative s'est attachée à donner du sens à ces regroupements faits par les modèles statistiques et à "résumer" des logiques comportementales complexes (car s'exprimant sur une somme de variables indépendantes) en nommant les différents segments.

Au-delà de sa dimension communicante, une telle segmentation permet :

- Une meilleure compréhension de l'hétérogénéité de la cible des "plaisanciers"
- Une appropriation facilitée pour les différents acteurs appelés à utiliser ces résultats
- le partage d'un vocabulaire commun facilitant les échanges et discussions
- Elle confère ainsi à l'étude une valeur opératoire permettant d'initier / prolonger des réflexions et des actions à destination de chaque segment

●●● Une répartition de la cible plaisanciers selon 5 groupes

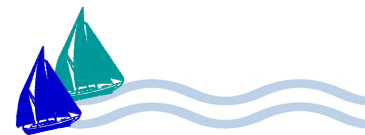




<p>Les seniors libérés 21% de la cible</p>	<p><i>Des retraités aisés, libérés de toutes contraintes professionnelles et financières, pouvant s'adonner intensivement à leur passion de toujours pour la voile, la navigation au long cours, sur leur propre bateau, et la découverte de nouvelles régions / pays.</i></p>	
<p>Les hyper-dynamiques 12% de la cible</p>	<p><i>Des plaisanciers plus jeunes et actifs aux revenus intermédiaires, déclinant la logique "jeunes cadres dynamiques" dans leurs vacances, nombreuses et sportives, et, de fait, leur pratique de la plaisance (la plus intensive, au sein des plus jeunes).</i></p>	
<p>Les habitués 25% de la cible</p>	<p><i>Des retraités moins aisés qui pratiquent la plaisance comme un hobby, un loisir individuel du quotidien, sur leur bateau moteur : sorties fréquentes mais de courte durée ... qui font de ces plaisanciers des habitués des ports et des pontons.</i></p>	
<p>Les nouveaux plaisanciers 17% de la cible</p>	<p><i>Des plaisanciers plus jeunes, au profil socio-démographique intermédiaire, traduisant la démocratisation de la plaisance (ou tout du moins du moto-nautisme), qui peut également être une activité de loisirs de proximité, en particulier si elle est couplée avec d'autres activités : sports nautiques ou pêche et peut conduire à l'achat d'un bateau.</i></p>	
<p>Les expérimentaux 25% de la cible</p>	<p><i>Des plaisanciers plus jeunes, qui expérimentent la plaisance, comme une activité possible parmi d'autres, celle-ci pouvant entrer en concurrence avec d'autres opportunités de vacances (car ils partent peu et consomment globalement moins).</i></p>	

Cette segmentation quantitative se voit confortée par l'approche qualitative, conduite sur la base de 3 focus groupes de plaisanciers. A cette occasion, il est en effet apparu, que ces différents profils se structuraient autour de 3 grands modes de pratiques de la plaisance.

1. Le mode plaisance – passion qui correspond aux profils des "seniors libérés" et des "hyper-dynamiques" et se traduit par :



- Une relation "vitale" et continue à la plaisance
- Une pratique intensive et extensive : tout au long de l'année, pour de la courte et de la longue durée, voire du voyage au long cours, essentiellement sur les bateaux dont ils sont propriétaires mais également en location, en variant les accompagnants, les expériences de port (en France et à l'étranger), les plaisirs recherchés et expériences vécues.
- Une vision de la plaisance marquée par la quête d'authenticité émotionnelle au sein de laquelle la seule sphère de contraintes acceptée est celle qui concerne la navigation ; ces plaisanciers se posant également comme "capitaines" responsables.



2. Le mode local ou de plaisance - loisir de proximité qui correspond au profil des "habitués" et se traduit par :



- Une relation "sociale" et "de proximité" à la plaisance, qui constitue un héritage familial ou collectif, du fait d'une proximité géographique ou affective au littoral.
- Une pratique dont la place est comparable à celle donnée à un loisir / un hobby, à savoir concentrée dans le temps (sorties à la journée) et dans l'espace de proximité du domicile / port d'attache qui fait de ces plaisanciers des "côtiers" (habitués de leur bassin de navigation et de leur port).
- Une vision de la plaisance marquée, comme pour le mode extensif par la quête d'authenticité en mer mais aussi au port , avec cependant des contraintes budgétaires lourdes qui font jeu égal avec celles de navigation ; le poids de l'héritage et de la détention d'un bateau pouvant altérer le plaisir de naviguer et d' "être un marin".

3. Le mode séjour ou de plaisance – vacances qui correspond aux profils des "nouveaux plaisanciers " et des "expérimentaux" et se traduit par :



- Une relation plus pratique et utilitaire à la plaisance, la dimension consumériste prenant le pas sur l'attache affective et/ou sociale.
- Une pratique sur un modèle de vacances printanier ou estival : le bateau + port + résidence secondaire (ou location) composent un lieu de villégiature, et la pratique de la plaisance est ludique et articulée avec le tourisme et/ou les sports nautiques.
- Une vision de la plaisance de fait marquée par une logique de projection / satisfaction par rapport à une consommation de vacances (ces plaisanciers sont des touristes) : recherche de simplicité, critiques des désagréments périphériques, revendication statutaire, le tout se cristallisant par une inscription du bateau dans un référentiel automobile.

Pour en savoir +

clic 

**sur la segmentation des plaisanciers,
leurs profils et leurs comportements**

**2 | Segmentation comportementale
des plaisanciers ➔ page 88**



Perception de l'offre

- Sphère de besoins
- Relation à l'offre : ports, bateaux, loueurs
- Satisfaction et attentes

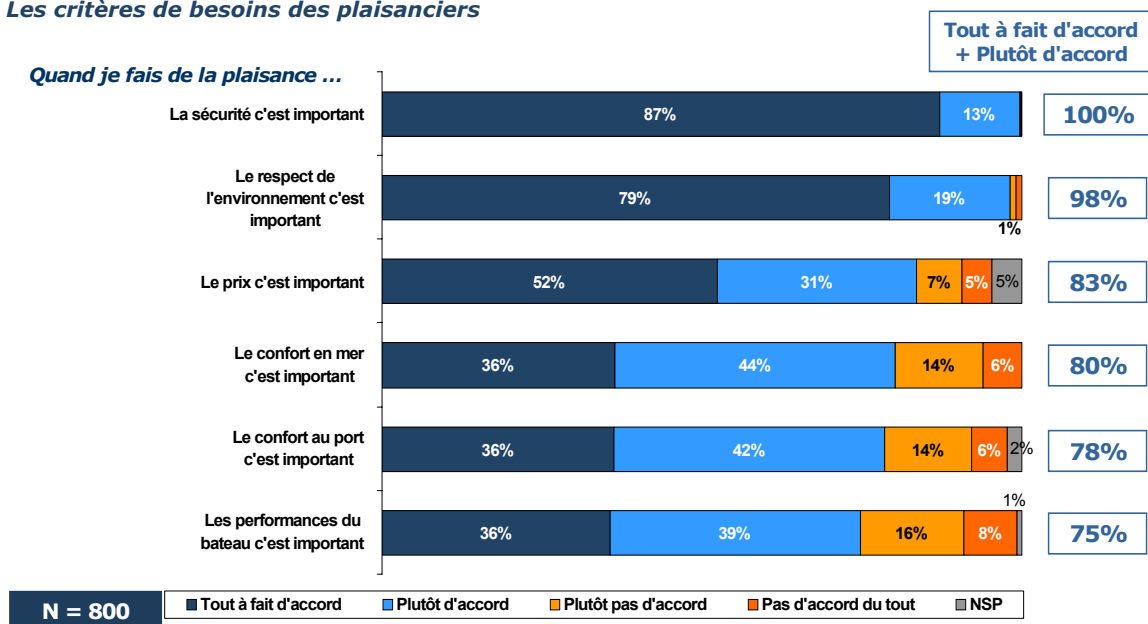
●●● Sur la sphère de besoins attachés à la plaisance

Au global, la hiérarchisation des registres de préoccupation des plaisanciers fait apparaître des besoins peu discriminés et hiérarchisés, qui mettent en avant assez naturellement la sécurité, et en retrait les aspects confort et performances ainsi qu'un intérêt "de principe" pour les aspects environnementaux (jamais mis en avant lors des interrogations spontanées du questionnaire quantitatif et de l'interrogation qualitative).

- Si cet élément est cité comme très important par les plaisanciers quand on leur pose explicitement la question (cf. graphique ci-dessous), le facteur environnemental ne conditionne ni le choix du bateau ni les attentes en matière d'évolutions nécessaires des ports.
- Cette attitude s'appuie sur un "présupposé" des plaisanciers qui ont la conviction que leur amour de la mer les rend par essence respectueux de l'environnement, certains étant même très susceptibles sur ce point, puisqu'ils considèrent les propositions de services ou de scénarios plus environnementaux comme une remise en cause de leur identité d'"amoureux de la mer".

Les critères de besoins des plaisanciers

Quand je fais de la plaisance ...



De façon plus détaillée, on constate des écarts notables entre les différents segments de plaisanciers identifiés, sur la sécurité et les performances du bateau, rejoignant les constats faits sur leurs profils sociologiques et les modes de plaisance.



Les "nouveaux plaisanciers" se montrent les moins exigeants à l'égard de la sécurité, à l'opposé des expérimentaux et des hyper-dynamiques, les premiers étant attentifs à la sécurité comme "assurance" d'un domaine qu'ils découvrent, les seconds y attachant de l'importance en lien avec leur pratique plus extrême que celles des autres plaisanciers.



Comme sur la sécurité, les "hyper-dynamiques" sont plus exigeants quant aux qualités techniques du bateau qu'ils "challengent" fortement.

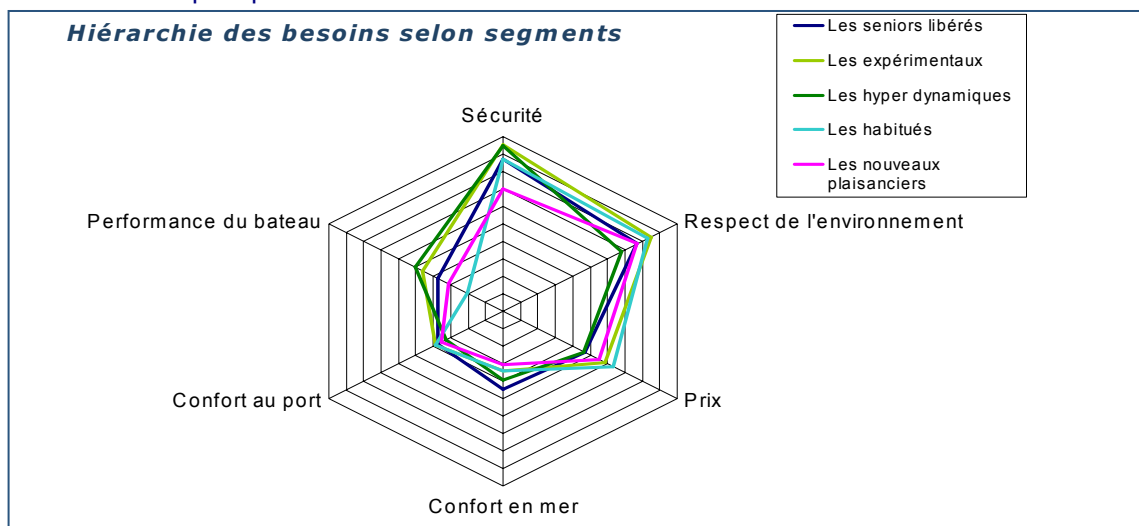


Les "habitués" accordent beaucoup moins d'importance que les autres aux performances du bateau : bien qu'ils pratiquent souvent, c'est dans l'ensemble plutôt pour de courtes durées et en restant dans des logiques côtières.



Enfin, les "seniors libérés" sont ceux pour lesquels le confort en mer a le plus d'importance, parce qu'ils partent plus longtemps.

Par ailleurs, assez naturellement, les 2 groupes qui concentrent les catégories socioprofessionnelles élevées ("seniors libérés" et "hyper-dynamiques") s'intéressent moins au prix que les autres.



Ces éléments issus de la phase quantitative sont confortés par l'analyse qualitative, qui confirme bien qu'à la pratique extensive (des "seniors libérés" et "hyper-dynamiques") sont associées des attentes fortes sur l'ensemble de la chaîne de prestation à destination du bateau et de son équipage, alors que le mode local ("habitués") génère des attentes minimalistes et que le mode séjour ("nouveaux plaisanciers" et "expérimentaux") induit plutôt des besoins concentrés sur le confort de villégiature, ainsi que de l'assistance technique pour pallier leur manque de connaissance et de culture maritime.

Sur la relation au bateau et à son équipement

L'analyse des attentes en termes d'équipement fait clairement apparaître trois sphères de besoins, extrêmement différenciées.

1. Les équipements de navigation

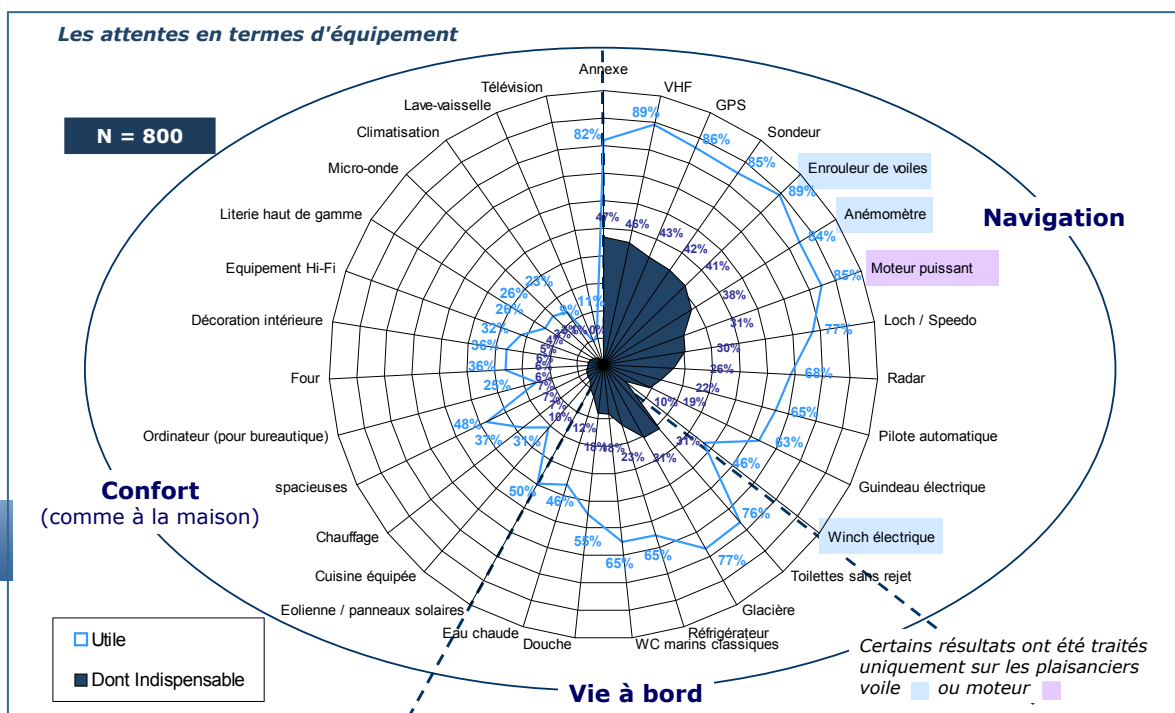
- Considérés par une grande majorité comme utiles (65 à 85% d'utilité) voire, pour certains, jugés indispensables (par 40% des plaisanciers) : GPS, VHF, Annexe, Sondeur.
- Parmi ces équipements de navigation, le pilote automatique, le guindeau électrique et le winch électrique, sont légèrement en retrait (avec respectivement 65%, 63% et 46% d'utilité).

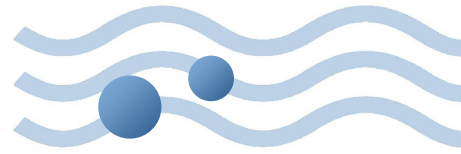
2. Les équipements de support à la vie à bord

- Qui constituent un deuxième niveau de besoin avec des résultats situés entre 44% et 74% sur l'utilité,
- Mais nettement en retrait, par rapport au premier groupe, quant au caractère indispensable (entre 12 et 38%).

3. Les équipements de confort

- Qui sont clairement identifiés comme tels (puisque quasiment jamais cités comme indispensables ; résultats inférieurs à 10%).
- Mais sont revendiqués, par certains, comme utiles car participant au plaisir de la plaisance (entre 9 et 48% de résultats positifs sur l'utilité).





Là encore, les différents segments de plaisanciers identifiés se distinguent clairement dans leurs attentes d'équipement du bateau.

En effet, les attentes des plaisanciers en termes d'équipement du bateau sont liées à leur pratique.



Au global, les "seniors libérés" et les "hyper-dynamiques" se ressemblent le plus, car ils utilisent des bateaux assez semblables : des voiliers, de plus grande taille que la moyenne des plaisanciers, qu'ils utilisent davantage que les autres en haute mer.



Les "habitués" s'en éloignent le plus et manifestent moins de besoins que tous les autres groupes : ils sont fréquemment sur l'eau, mais utilisent leur bateau "a minima" : pêche, promenades, sur des courtes durées, à proximité de la côte.



Enfin, les "expérimentaux" et les "nouveaux plaisanciers" ont une position intermédiaire sur les 3 types de besoins.

De fait, concernant les équipements de navigation



Les "seniors libérés" et les "hyper-dynamiques", se révèlent être les plus demandeurs : ils ont en commun une pratique intensive (plus particulièrement les "seniors libérés") et font clairement de la navigation (au-delà de la plaisance), plus particulièrement sur des voiliers.

Concernant la vie à bord



Les "seniors libérés" et les "hyper-dynamiques" sont également ceux qui montrent les plus fortes attentes.

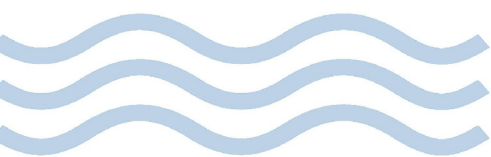


Les "habitués" sont les moins exigeants, le niveau d'équipement nécessaire s'accordant à l'utilisation du bateau (par exemple ils sont logiquement très en retrait sur le besoin de douche ou d'eau chaude dans le bateau).

Concernant le confort



Les seniors libérés se distinguent des autres : ils ont l'âge et le pouvoir d'achat pour être exigeants, d'autant qu'ils ont davantage une pratique "au long cours", le temps passé sur le bateau hors port, étant particulièrement important.



●●● Sur la relation à la location

Auprès de la population des plaisanciers interviewée, la location apparaît assez clairement comme un marché de niche, un peu statique.

22% des plaisanciers interrogés louent des bateaux (avec ou sans skipper).

- C'est le cas en particulier des plaisanciers ayant une pratique extensive et plurielle, avec une location qui s'inscrit au nombre de leurs pratiques variées.

L'accès à l'offre ne paraît pas leur poser de problèmes particuliers :

- Internet (cité par 38%), le bouche à oreille (30%), les recherches in situ, sur les ports (17%), les salons (7%) leur permettent de répondre à leur besoin.
- Et, ce, aisément puisque 77% considèrent qu'il est facile de trouver un bateau correspondant à leurs attentes.
- Les acteurs / offreurs sont repérés par des plaisanciers expérimentés et connaisseurs, les normes et garanties existent, les prestations sont satisfaisantes.

Bien qu'appréciée, la location est néanmoins perçue et vécue comme une pratique secondaire : c'est un modèle peu économique pour une pratique intensive et elle ne peut offrir la personnalisation tant développée sur le bateau dont on est propriétaire.

Enfin, les plaisanciers restent aujourd'hui sur des besoins assez "basiques" de bateau nu (bare boat) et n'adhèrent qu'en petit nombre (21%) aux offres de services à valeur ajoutée : location avec skipper et/ou équipage.

- En particulier pour les plaisanciers les plus experts, pour lesquels la location se conçoit sans skipper afin que leur plaisir soit préservé : la délégation à un autre de la dimension technique ôtant pour eux tout l'intérêt de la plaisance.

Notons que cet état des lieux sur la location concerne les plaisanciers actuels (ceux interrogés dans l'enquête) et ne doit pas induire de conclusion sur l'importance de la location, comme mode d'accès à la plaisance. Pour analyser la question de la place de la location, des conditions d'accès à celle-ci et des services attendus, il serait nécessaire de se focaliser sur les plaisanciers les moins anciens / fréquents (par exemple les expérimentaux) ou même sur les non-plaisanciers (ceux qui n'ont pas franchi le cap à l'heure actuelle) pour explorer avec eux leur perception / leurs attentes / leurs besoins.



●●● Sur la relation au port ...

La place du port dans les pratiques

Des logiques de proximité / facilité qui viennent en premier lieu dans le choix d'un port, avant les "qualités" du port :

- C'est le cas sur le port d'attache (74% des propriétaires citent la proximité par rapport à leur résidence, comme critère de choix)
- ... comme sur le port d'escale (près de 50% des plaisanciers sortant plus d'une journée citent la proximité par rapport à l'itinéraire comme critère de choix).

Des ports, qui ne sont qu'une des solutions d'escale recherchées par les plaisanciers, qui leur préfèrent pour la moitié un mouillage "sauvage" ou organisé, en particulier les plaisanciers les plus actifs et ceux effectuant de courts séjours.

Des ports qui doivent répondre, dans cette vocation d'escale, à une myriade de besoins, tous représentés : le port - point d'avitaillement technique (30%), le port - abri (15%), le port - escale plaisir (13%), le port - point de départ pour la découverte de la région (12%).

Là encore, on constate des différences d'approche du port d'un mode de pratique de la plaisance à l'autre.



La pratique diversifiée des plaisanciers "en mode passion" ("seniors libérés" et "hyper dynamiques") les conduit à avoir une acception globale de l' "objet port" et par là même de ses évolutions potentielles, avec une volonté permanente de s'affranchir de l'ancrage territorial et saisonnier au profit d'une logique d'harmonisation des prestations et d'animation sur toute l'année.

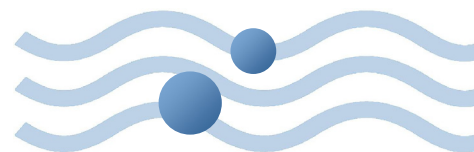


Pour les plaisanciers pratiquant "en mode loisirs de proximité" ("habitués"), le port est un espace qui obéit à des règles sociales et de territorialité. Ces plaisanciers appréhendent le port comme un territoire qui leur est réservé et entendent bien revendiquer leurs prérogatives :

- En tant que plaisanciers, en souhaitant bénéficier au premier rang des équipements (parkings) et des emplacements du port (attente de gestion plus efficace),
- En tant que locaux, en vivant comme "intrusion" toute présence extérieure.



Enfin, pour les plaisanciers pratiquant "en mode vacances" ("nouveaux plaisanciers" et "expérimentaux"), le port, tout comme les bars et les restaurants d'une station, contribue à animer et embellir leur lieu de villégiature. En cela, leur approche du port s'apparente au modèle de la marina.



De cette relation au port découle assez logiquement la perception du port comme point de départ vers des pratiques touristiques de découverte du terroir / territoire et de la région.



Pour les plaisanciers "en mode passion"

➔ "Seniors libérés" et "hyper-dynamiques"

- On constate une forte crainte de voir le port devenir un espace marchand et touristique, et la réaffirmation permanente du désir d'authenticité, de proximité à la vie locale (géographique comme culturelle).
Les synergies plaisance – tourisme sont donc cadrées par ces ambitions qualitatives avec a priori, une pression positive de la part féminine ou novice de l'équipage.
- Par ailleurs, la visite de l'arrière-pays des ports lors d'escale reste aujourd'hui conditionnée par la sécurisation de ceux-ci. "Toute leur vie" est dans le bateau et la crainte de vol est réelle.



Pour les plaisanciers "en mode loisirs de proximité"

➔ "Habités"

- Le statu quo est de rigueur, se traduisant par un refus catégorique de voir d'autres personnes investir "leur" port et le dénaturer. En conséquence, l'animation -si elle existe- se doit d'être authentique : associations de plaisanciers par opposition au Club House privé, par ex. La capitainerie doit rester sur son cœur de métier et non devenir un "office du tourisme".



Pour les plaisanciers "en mode vacances"

➔ "Nouveaux plaisanciers et expérimentaux"

- Les synergies plaisance – tourisme sont naturelles puisqu'ils sont aujourd'hui déjà porteurs de ce modèle touristique. Leur référentiel "marina", tout comme leurs attentes / besoin de reconnaissance d'un statut privilégié (usage exclusif d'équipements et d'infrastructures, clubs, commerces spécifiques) en attestent.
- Leur approche consumériste ouverte prend le pas sur l'attache affective et / ou sociale du bateau et du port.



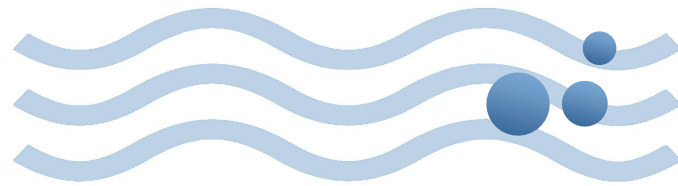
La question de la place de port

Un rapport des plaisanciers à la place de port qui traduit une situation de pression sur l'offre :

- 65% des propriétaires (propriété de bateaux de plus de 5 m) ont une place en port (à flot ou à sec) / parc à bateaux.
 - La part restante recouvre le fait de garder son bateau chez soi (28% des plaisanciers) ou d'autres solutions provisoires (7%).
 - Le phénomène "bateau chez soi" est plus marqué pour les petits bateaux (50% de bateaux chez le propriétaire, pour les 5 - 6 m).
- Si certains éléments, issus de l'expression des plaisanciers, sont assez positifs :
 - 10% des propriétaires de bateau sont inscrits sur une liste d'attente dans un port
 - Le principal critère de choix du port par les propriétaires (la proximité / accessibilité) est, aujourd'hui, assez bien traité

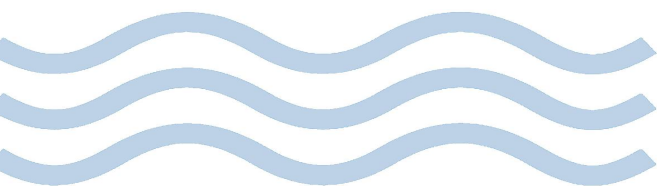
- 72% des plaisanciers accèdent à leur bateau en moins d'une heure (et 60% en moins d'une demi-heure) ; ces chiffres montant respectivement à 77% et 69% pour les propriétaires ayant une résidence (principale ou secondaire) dans un département côtier.

- Les propriétaires disposant aujourd'hui d'une place de port (qui l'ont tous obtenue avant 2008, et pour 45% d'entre eux, avant 1998) sont majoritairement positifs sur les conditions de son obtention :



- ⇒ 57% jugent qu'il a été "très facile" ou "assez facile" de trouver cette place
- ⇒ pour 65%, leur emplacement actuel correspond à leur premier choix

- D'autres points traduisent cependant la prégnance de cette question :
 - A l'inverse des 57% positifs, 43% des plaisanciers jugent qu'il a été "assez difficile" ou "très difficile" de trouver leur place actuelle.
 - Par ailleurs, l'ensemble des plaisanciers reste sensible sur ce sujet : pour 75% d'entre eux, il existe une relation entre la perspective d'obtenir une place de port et l'achat d'un bateau.
 - Enfin, si les plaisanciers sont ouverts, au moins en déclaratif, à un changement d'emplacement à flot, dans le cadre par exemple d'une réorganisation d'un port (la moitié des propriétaires d'une place de port, se disent prêts à l'accepter) ; ils sont beaucoup moins positifs par rapport aux solutions alternatives : port à sec, mouillage, hivernage, remorque dans un parc à bateaux (entre 18% et 38% d'acceptation de ces propositions).



Sur cet aspect encore la segmentation des pratiques induit des réactions assez contrastées :



Si les plaisanciers "en mode passion" ("seniors libérés" et "hyper-dynamiques") ont conscience de la question, ils ont tendance à la considérer comme sans impact pour eux aujourd'hui (ils ont une place depuis longtemps et son prix ne pose pas de problème).



A l'inverse, les plaisanciers pratiquant "en mode loisirs de proximité" ("habitués") se positionnent clairement sur cette thématique qu'ils jugent importante, et sur laquelle ils revendiquent d'ailleurs une priorité dans l'affectation.

Par ailleurs, ils montrent un réel intérêt (notamment financier) à se voir proposer des "deals" avec le port :

- Autant ils sont peu enclins à voir le port réorganisé par des logiques de gestion "intelligente" qui perturbent "leur" organisation du port.
- Autant ils sont favorables à la proposition d'accords contractuels entre le plaisancier et le port qui instaure une relation gagnant / gagnant, sur le fond, et un partenariat avec la capitainerie, sur la forme.



Enfin, les plaisanciers pratiquant "en mode vacances" ("nouveaux plaisanciers" et "expérimentaux") ont également conscience de la question du manque de place et pour certains ont déjà eu à l'intégrer du fait d'une accession plus récente à la propriété (place en ports à sec, recherche de place sur Internet).

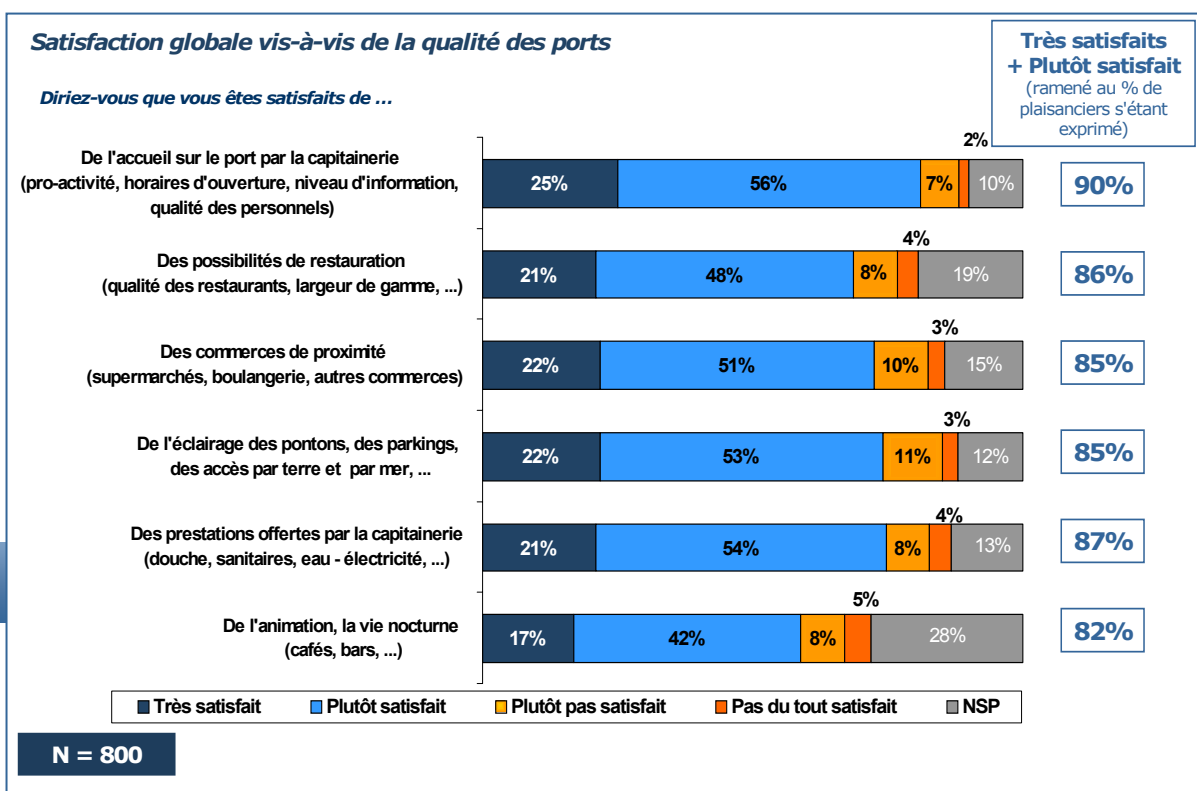
Leur attachement plus faible que les autres profils à leur bateau et à la symbolique / l'historique de la place de port, les rend plus ouverts à des modèles alternatifs (port à sec, accords contractuels) plus économiques au regard de leur pratique (circonscrite dans le temps et l'espace) et correspondant par ailleurs à leur type de bateau (moteurs, en particulier).



●●● Sur la satisfaction vis-à-vis des ports français

Les plaisanciers sont globalement plutôt satisfaits de la prestation de gestion des ports : les "basiques" étant, d'après eux, assurés (avec entre 70 et 80% de satisfaits, dont 20 - 25% de très satisfaits). C'est le cas pour :

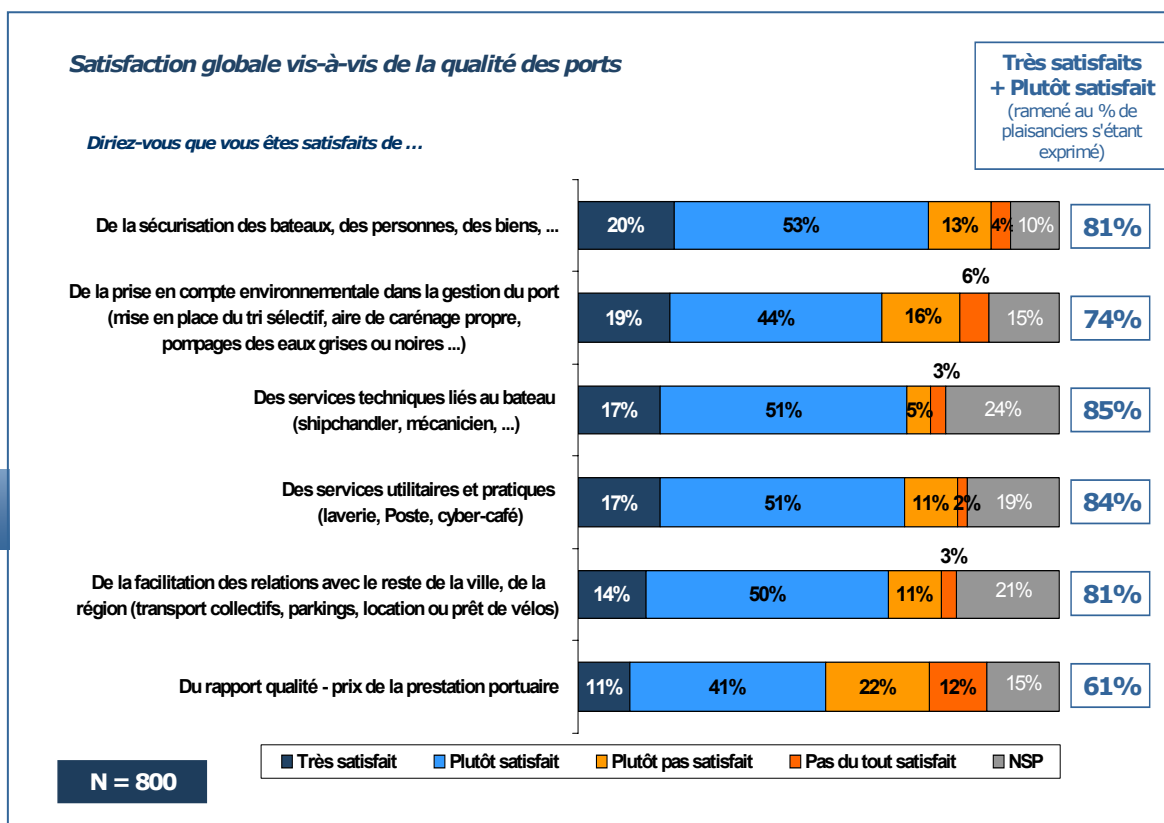
- L'accueil et les prestations offertes par la capitainerie (douche, sanitaires, eau - électricité),
- La présence de commerces de proximité, de possibilités de restauration, de lieux de vie nocturne,
- L'éclairage des pontons.



Mais ils sont plus critiques sur la dimension services (taux de clients très satisfaits systématiquement inférieur à 20%, et taux de clients insatisfaits un peu plus élevé que sur la prestation de base).

- **Que ce soit sur les services "techniques"**
Sécurisation des biens et des personnes, prise en compte environnementale dans la gestion du port, services techniques liés à l'entretien du bateau ...
- **Ou sur les services "utilitaires"**
De vie pratique (laverie, Poste, cyber-café) ou de lien avec la ville ou la région (transports collectifs, parkings, location ou prêt de vélos).

Enfin les plaisanciers restent "normalement critiques" sur le rapport qualité - prix des ports (1/3 d'insatisfaits, dont la moitié seulement de pas du tout satisfaits)



Sur la satisfaction, on constate encore une fois des positions très discriminées des différents groupes de plaisanciers.



Les "expérimentaux" montrent le niveau de satisfaction le plus élevé sur l'ensemble des critères : leur récente pratique et son caractère épisodique les rend peu exigeants sur les prestations et services mis à disposition.



Les "habitués" montrent des niveaux de besoins peu élevés et sont assez satisfaits de l'offre portuaire : ils sont, cependant, un peu en retrait concernant les services techniques liés au bateau, les services utilitaires et pratiques. Ils ont une position intermédiaire sur la satisfaction à l'égard du rapport qualité-prix de l'offre (en relation avec les contraintes budgétaires qu'ils vivent mal).



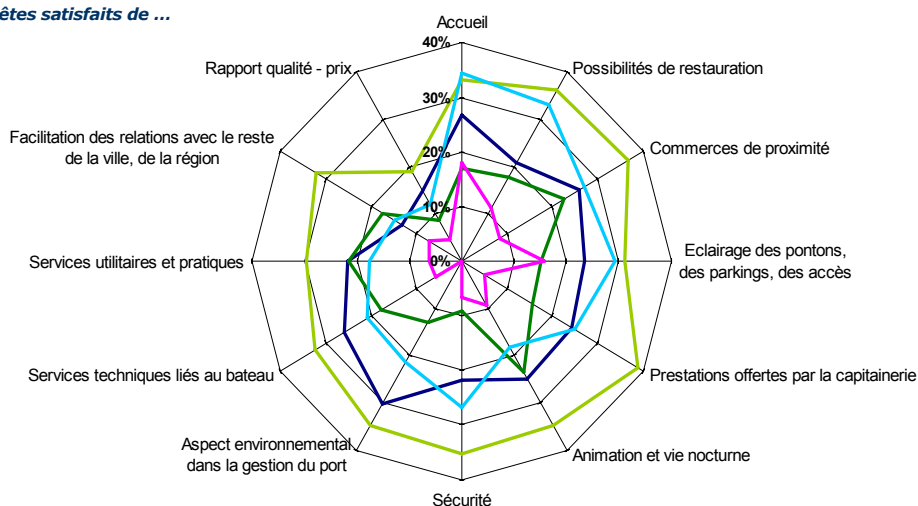
La similitude des "seniors libérés" et des "hyper-dynamiques" sur les besoins se retrouve en partie dans leur niveau de satisfaction, les hyper-dynamiques étant toutefois un peu plus critiques, en particulier sur la sécurité, la gestion environnementale du port et les services techniques liés au bateau.



Les "nouveaux plaisanciers" se montrent très critiques - et beaucoup plus que tous les autres groupes – sur quasiment tous les critères avec une insatisfaction très marquée sur les aspects environnementaux et le rapport qualité-prix de l'offre.

Niveau de satisfaction en fonction des segments

Diriez-vous que vous êtes satisfaits de ...
(% de très satisfaits)



— Les seniors libérés — Les expérimentaux — Les hyper dynamiques — Les habitués — Les nouveaux plaisanciers

N = 800

En sus de ces différents éléments de perception de l'offre, on constate le développement de valeurs et d'attentes émergentes et féminines, en particulier dans le cadre du mode extensif ("seniors libérés" et "hyper-actifs").

Sans être en opposition avec les valeurs et attentes de leurs homologues masculins, les femmes, qu'elles soient compagnes ou "commandant de bord", font état d'attentes spécifiques qui vont dans le sens d'un accroissement du niveau des prestations dans et hors du bateau.

- **Une attente de confort**

Qui a déjà reconfiguré le bateau (équipement électro-ménager, chauffage...) et qui se prolonge sur le port au niveau des équipements sanitaires, par ex.

- Avec une attention toute particulière portée à la propreté, la proximité et la multiplicité des équipements.



- **Une attente de convivialité**

Qui en plus des lieux classiques (bars, restaurants...), se traduit via l'intérêt exprimé face aux concepts d'espaces de rencontre "familiaux" où elles pourraient aller seules ou avec les enfants alors que "les hommes" s'occupent de l'entretien du bateau.

- **Une attente d'animation commerciale**

Qui commence par la présence de supérettes

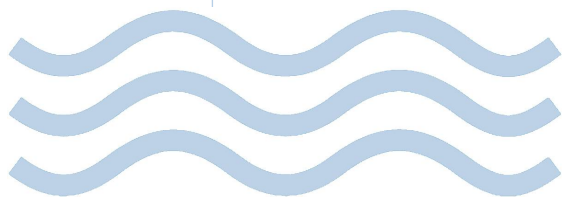
Plus qu'une attente spécifiquement féminine, il faut, selon nous, comprendre ces tendances comme l'expression de cibles qui ont de la plaisance une approche moins ascétique :

- **Incarnées aujourd'hui par les femmes accompagnatrices**

- **Elles peuvent être généralisées aux nouveaux arrivants à la plaisance**

Dont le modèle de pratique se rapproche de la croisière et pour lesquels le confort est une composante classique d'une "offre touristique".

Pour en savoir +



clic 

sur la perception de l'offre

- Sphère de besoins
- Relation à l'offre : ports, bateaux, loueurs
- Satisfaction et attentes



3 | Perception de l'offre ➔ page 123





Perspectives pour l'offre

- Propension à payer pour des services supplémentaires
- Opportunités pour l'offre sur les différents segments

●●● Sur la propension à payer (en escale ou à l'année) pour l'amélioration de l'offre portuaire

Une propension à payer

- Qui paraît circonscrite à certains profils. Au maximum 40% de "tout à fait ou plutôt disposé" à accepter l'augmentation du prix de la place de port (à l'année ou en escale), et entre 1 et 15% de "tout à fait disposé".
- Qui porte d'abord sur le cœur de métier portuaire, autour du bateau et de son équipage,
 - Dispositif de sécurisation
 - Prise en compte environnementale
 - Amélioration des douches et sanitaires
 - Augmentation de l'offre en termes de services techniques et utilitaires (postes, laverie, ...),
- Avant de porter sur l'animation et l'offre commerciale, qui par ailleurs sont jugées de façon satisfaisante.

Le lien avec la partie satisfaction traduit une logique d'attentes vis-à-vis de l'offre portuaire et donc de propension à payer à trois niveaux.

1. Les "basiques" de la prestation portuaire

Une capitainerie, un port éclairé, des douches et sanitaires, le tout inscrit dans un "morceau de ville" proposant un minimum de commerces, restaurants, bars. Sur ces aspects, les plaisanciers sont aujourd'hui satisfaits et ne demandent pas plus.

2. Des "services portuaires plus pointus"

Services à valeur ajoutée répondant aux évolutions des plaisanciers (chef de bord et équipage) et de leurs bateaux : sécurisation, prise en compte environnementale, confort des sanitaires, services techniques et utilitaires, voire facilitation des liens avec la ville et la région. Ils sont aujourd'hui insuffisamment développés alors même que, sur ces thématiques, les plaisanciers (ou tout du moins certains - cf. ci-après) seraient prêts à payer car leurs besoins sont réels et assumés.

3. L' "animation portuaire" (offre commerciale - accueil - information)

Est finalement peu revendiquée comme un besoin par les plaisanciers (pas d'insatisfaction, propension à payer plus faible).



Sur cette dimension de couplage attentes / propension à payer

Les deux groupes de propriétaires se distinguent nettement l'un de l'autre par rapport aux domaines pour lesquels ils sont prêts à faire un effort financier sur le prix de la place à l'année :



Les "seniors libérés" accepteraient une augmentation du prix de leur place à l'année pour des services : offre technique pour le bateau, plus forte prise en compte des aspects environnementaux, amélioration de la qualité des sanitaires, renforcement de l'accueil en port.



Les "habitués" concentrent leurs attentes sur une thématique : l'amélioration de la sécurisation, tout en restant assez ouverts aux logiques de négociation avec la capitainerie dans le cadre de l'optimisation des ports.

Les plaisanciers concernés par l'escale, au sein des différents groupes, se distinguent également nettement les uns des autres par rapport aux domaines pour lesquels ils sont prêts à payer :



Les "seniors libérés" sont peu disposés à augmenter leur budget d'escale (via le prix de la place visiteurs), d'une part parce qu'ils anticipent une multiplication des dépenses, ce groupe étant particulièrement itinérant, et d'autre part car cela les renvoie à une image de "touristes" que l'on "rackette" qu'ils rejettent systématiquement.

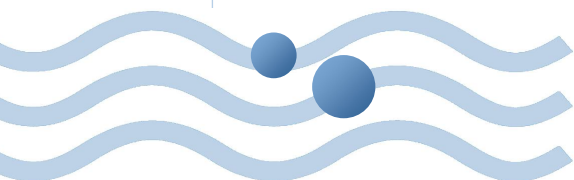
En revanche, ils "ont une Carte Bleue et savent s'en servir", et sont disposés à consommer dans les ports : en restauration, services, à condition que le modèle économique mis en place rende transparente cette "consommation" et n'altère pas le sentiment de liberté et d'absence d'entrave lié à la pratique de la plaisance.



Les "hyper-dynamiques" représentent le plus gros potentiel pour l'amélioration de l'offre portuaire moyennant l'augmentation du prix de la nuitée.



Les "nouveaux plaisanciers", qui se sont montrés critiques sur la gestion environnementale des ports, sont prêts à faire un effort financier sur ce seul critère.



●●● Sur les opportunités pour les différents segments

On retrouve au final des perceptions et attentes très discriminées au sein de la "cible des plaisanciers", avec 3 types de clientèles autour desquelles devra se construire l'offre :

1 ■ Une clientèle solvable et à la pratique importante composée des "seniors libérés" et des "hyper-dynamiques"

1/3
de la cible
des
plaisanciers

Qui exprime des attentes discriminées (en lien avec leur satisfaction / insatisfaction) et présente une propension à payer si l'on répond à ses attentes, car aisée, impliquée dans sa pratique, voire même positive quant à l'idée de payer des services à valeur-ajoutée.



➔ Opportunités

Pour des prestations portuaires avec un standard de qualité relevé (en relation avec une augmentation du prix, à l'année voire en escale).

Pour des services "à la carte" disponibles à proximité des ports, et axés sur les thématiques les plus discriminantes (en satisfaction et en acceptation de payer davantage) :

- Facilitation des relations avec la ville et la région (transports)
- Sécurisation des bateaux, des personnes et des biens
- Douches et sanitaires, services utilitaires (laverie, cybercafé, ...)
- Voire, pour les hyper-dynamiques, plus jeunes, prise en compte environnementale accrue

Avec un modèle économique et tarifaire le plus transparent possible.

Pour des offres constructeurs haut de gamme (surtout pour les voiliers), tant sur la sphère de la navigation que sur celle du confort à bord.

➔ Risques

Ne pas répondre à certaines attentes marquées et détériorer par conséquent la satisfaction de ces clients, potentiellement contributeurs et vecteurs d'image.

➔ Perspectives

Une clientèle a priori pérenne, avec des évolutions possibles sur le profil "seniors libérés" (les seniors de demain ne seront pas comme ceux d'aujourd'hui).

Une logique d'offre de services qui créera la demande.

2. Une clientèle aux attentes aujourd'hui limitées, les "habitués" et les "expérimentaux"

1/2
de la cible
des
plaisanciers

Aux ressources limitées mais aux attentes également restreintes (ce sont les deux groupes qui expriment la satisfaction la plus forte vis-à-vis de l'offre, ports et bateaux, telle qu'elle est actuellement).



Les "habitués" attendent les "basiques" de la prestation portuaire (logique de port "service public", plus que de port "centre de services"), pour lesquels ils acceptent d'ailleurs de payer, dans le cadre de leur place à l'année : sécurité, éclairage, accueil par la capitainerie. Le rapport qualité – prix actuel reste acceptable (cf. résultats quantitatifs) même s'ils s'en plaignent, un peu par principe.



Les "expérimentaux" sont par nature plus distants avec le sujet et très satisfaits de leur expérience (ponctuelle ou diffuse). Ils ne se projettent pas dans les propositions d'améliorations, puisqu'ils ne se sentent pas "clients" ou "consommateurs" d'une offre.

➔ Opportunités / Risques / Perspectives

1/4
de la cible
des
plaisanciers

En l'état, les opportunités apparaissent comme limitées compte-tenu d'une position en retrait de ces plaisanciers : peu de besoins exprimés, peu d'attentes, une bonne satisfaction, des moyens financiers qui limitent leurs perspectives / projections.

C'est vraisemblablement durablement le cas pour la clientèle des "habitués" qui sera a priori fragilisée, à l'avenir, en lien avec la baisse du pouvoir d'achat des seniors / retraités.

1/4
de la cible
des
plaisanciers

A l'inverse, la clientèle des "expérimentaux" est par nature porteuse de perspectives.

Si elle est de fait volatile, elle est également intéressante à fidéliser dans une logique de volume plus que de contribution individuelle (ce sont les potentiels plaisanciers de demain) voire à sensibiliser à une nouvelle logique de port (port à sec, rotation des places, ...).

Par ailleurs, elle peut représenter un potentiel pour le marché de la location, puisqu'elle n'a pas encore passé le cap de l'accession à la propriété.

3. Une clientèle exigeante dans tous les domaines, les "nouveaux plaisanciers"



1/6
de la cible
des
plaisanciers

Clientèle exigeante et la plus critique sur la qualité de l'offre (en particulier portuaire) aujourd'hui, ce, paradoxalement, car elle est peu disposée à payer (en lien avec son pouvoir d'achat relativement limité).

➔ Opportunités

Une clientèle en développement dont l'exigence peu solvable peut être traitée via la création d'une alternative entre des places "à flot" plus chères mais au service renforcé (cf. attente de la clientèle la plus solvable) et des places "à sec" moins chères et correspondant à leur typologie de bateau (petits bateaux à moteur).

La complémentarité des deux offres permettant de justifier que leur exigence de qualité a un coût, tout en s'inscrivant dans la problématique de capacité des ports.

Une sensibilité environnementale marquée, seul domaine sur lequel ils se voient payer pour du service supplémentaire.

Des possibilités de consommation d'offres packagées en all inclusive (suivant ainsi le modèle touristique traditionnel) :

- Le sentiment "d'être toujours taxés", les conduit à rejeter par principe toute proposition isolée.
- Seule une proposition globale de prestations se présente comme une réponse à leurs attentes / besoins de services associés et de maîtrise de leur budget.

➔ Risques

Une clientèle critique, même si peu représentative de l'ensemble des plaisanciers, à "canaliser" dans son expression.

➔ Perspectives

Une clientèle en développement (consolidation de l'engouement actuel sur le moto-nautisme, les sports nautiques, et fidélisation progressive des expérimentaux).

Pour en savoir +

sur les perspectives pour l'offre

- Propension à payer pour des services supplémentaires
- Opportunités pour l'offre sur les différents segments

clac 

4 | Perspective pour l'offre ➔ page 178

Le marché de la plaisance en France

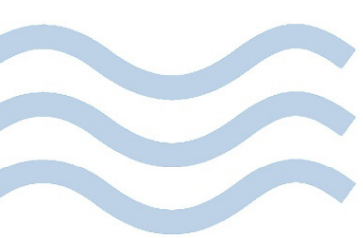


**Mieux comprendre les pratiques,
les besoins et les attentes
des plaisanciers**



1 Etat des lieux de la plaisance en France

- Profils des plaisanciers
- Pratique de la plaisance
- Caractéristiques
des bateaux de plaisance

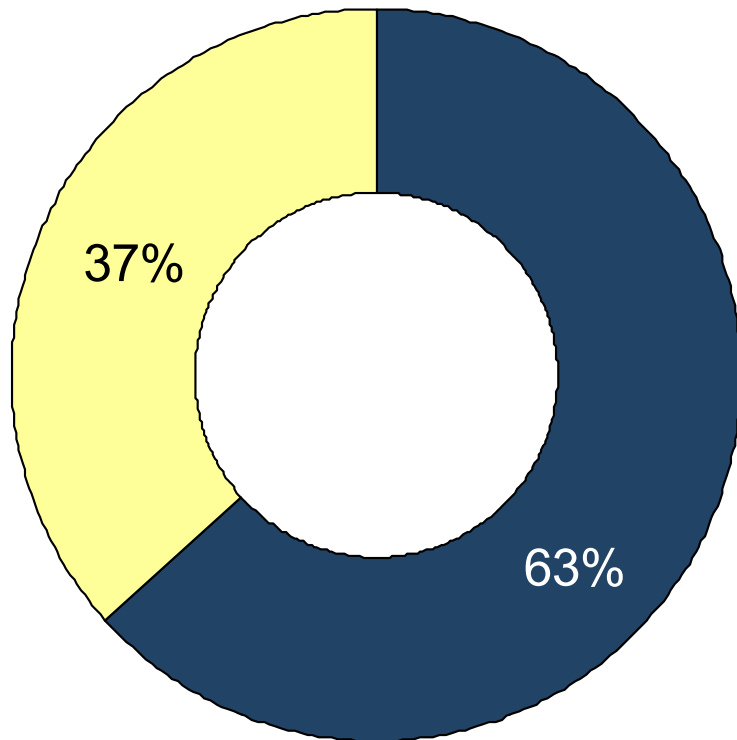


1

Profil des plaisanciers



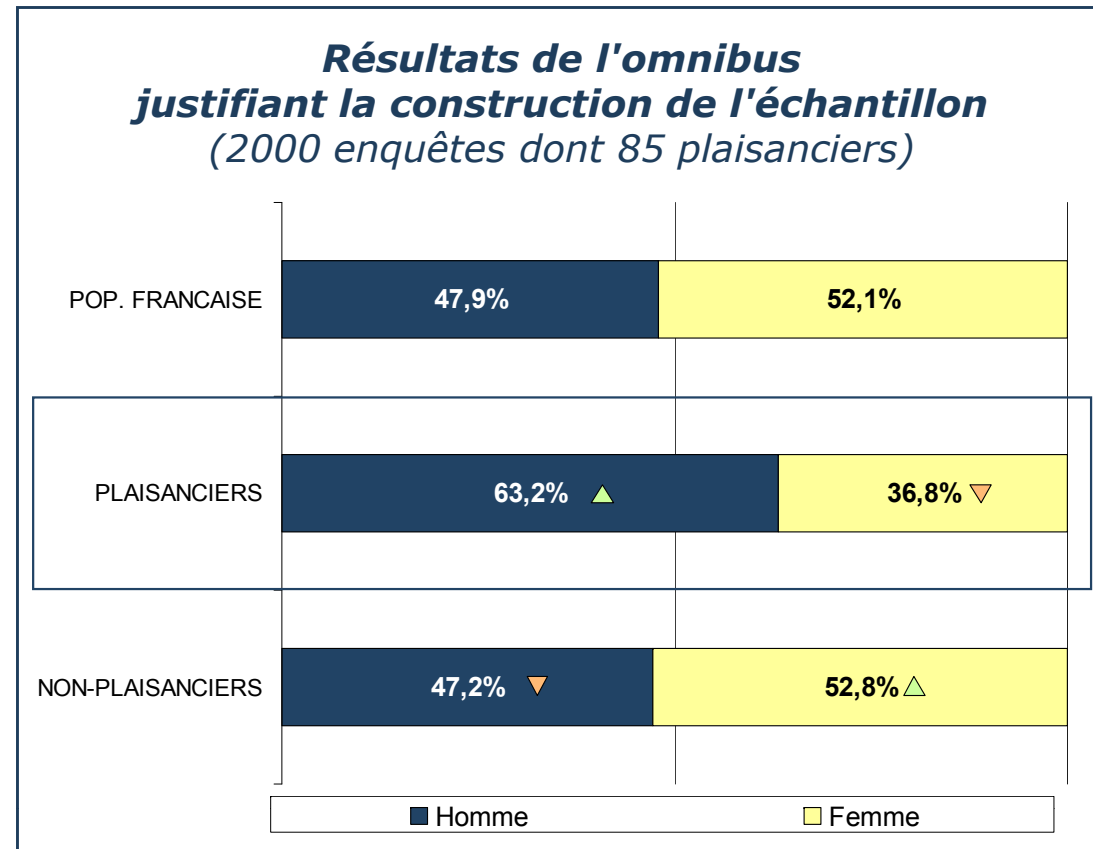
Une claire majorité d'hommes



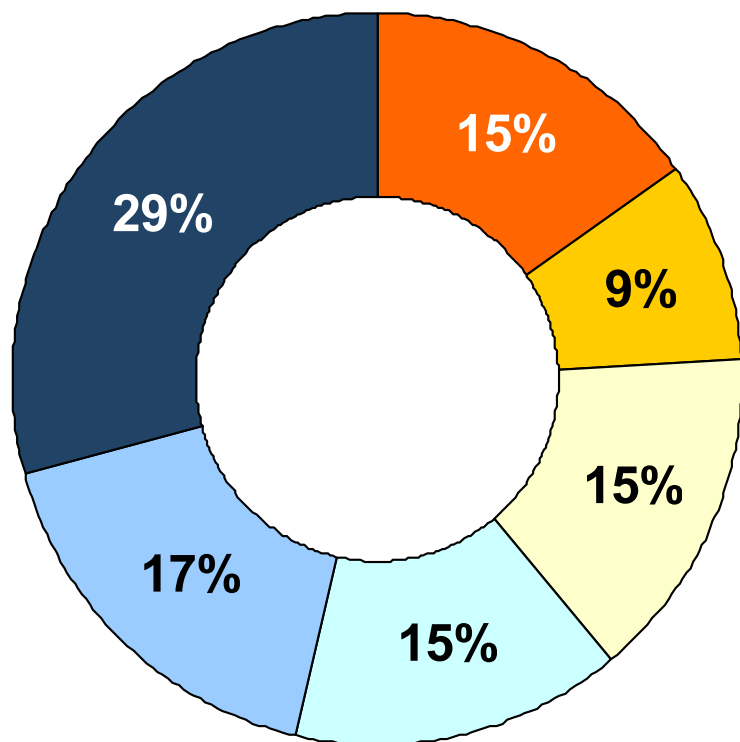
■ Homme

■ Femme

N = 800

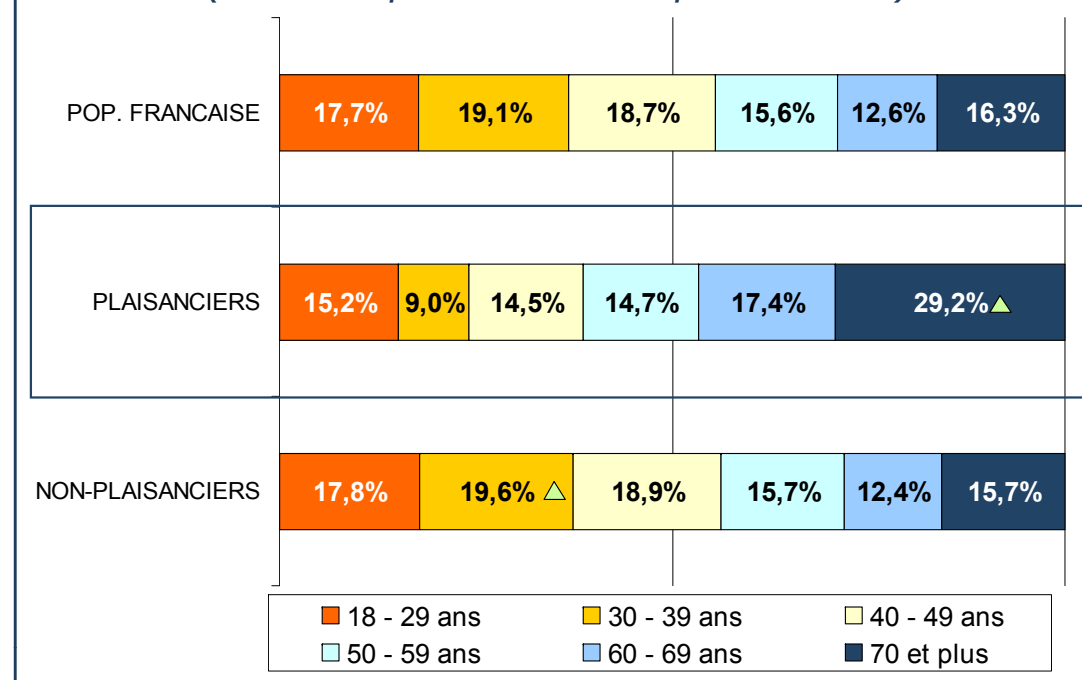


Des seniors très présents

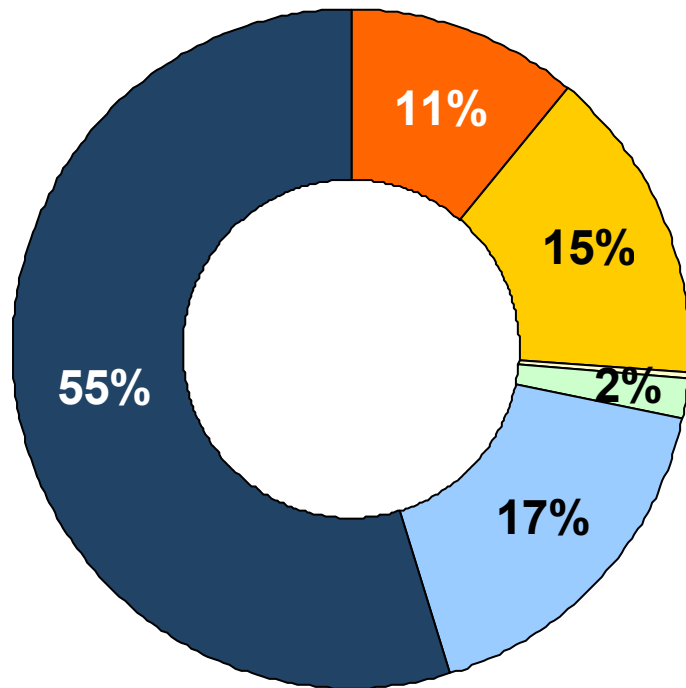


N = 800

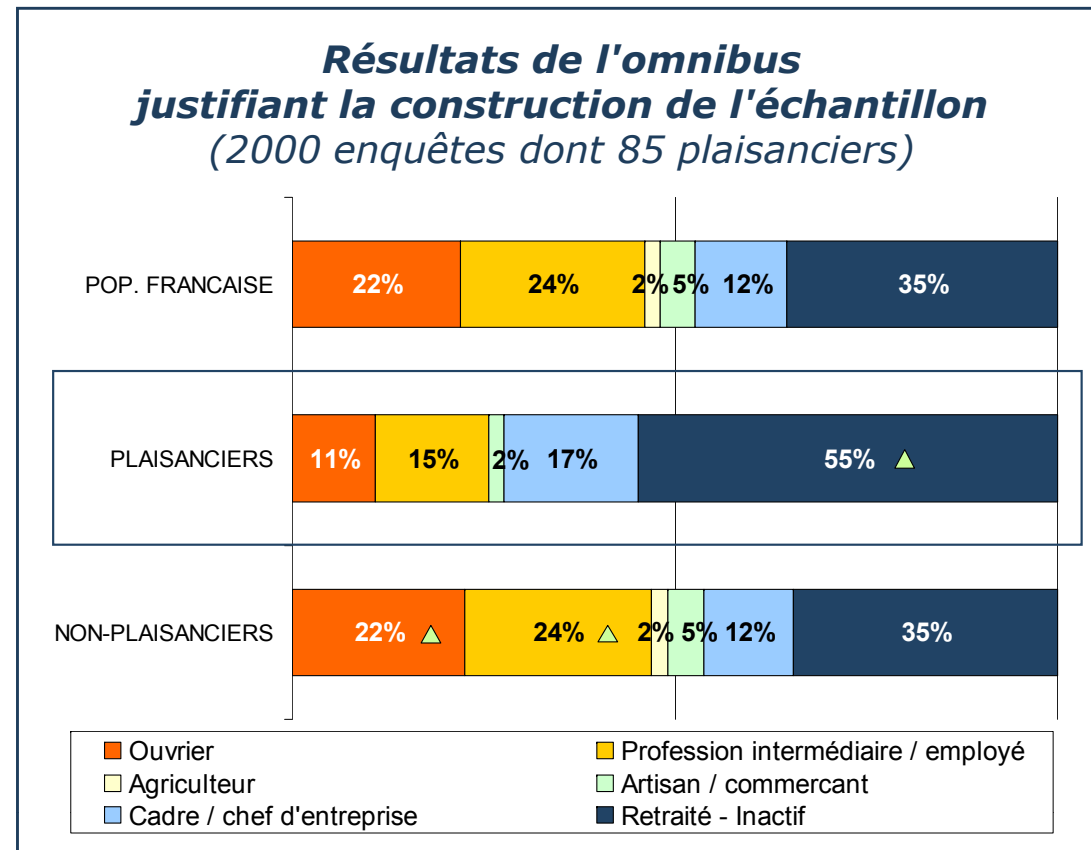
Résultats de l'omnibus justifiant la construction de l'échantillon (2000 enquêtes dont 85 plaisanciers)



Des CSP supérieures et une forte présence de retraités



- Ouvrier
- Employé - Fonctionnaire
- Agriculteur - Exploitant
- Artisan - Commerçant
- Cadre - Chef d'entreprise
- Retraité - Inactif

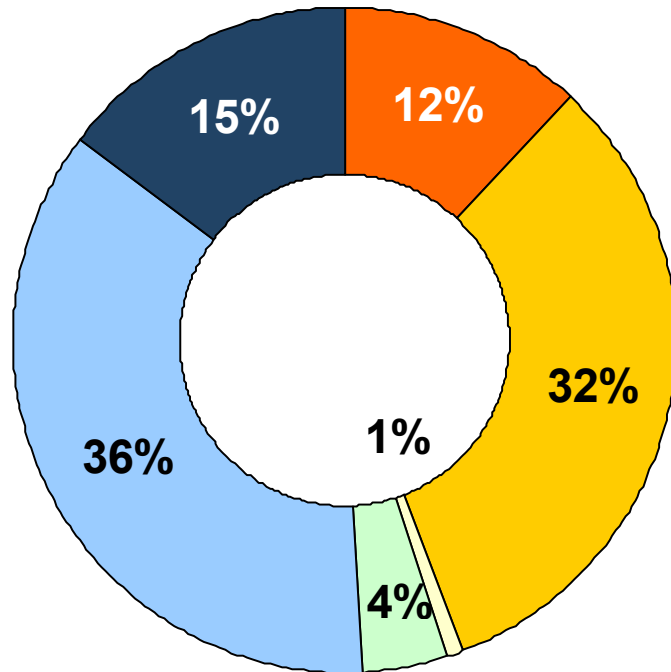


N = 800



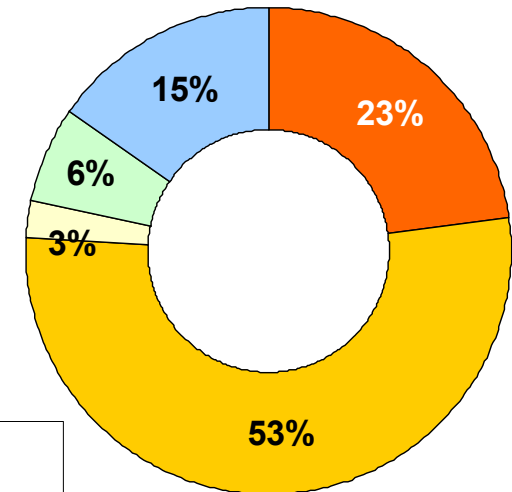
Les retraités étant eux-mêmes de CSP plutôt élevées

(comme en témoignent les résultats agrégeant la CSP actuelle des actifs et l'ancienne CSP des retraités)



- Ouvrier
- Employé - Fonctionnaire
- Agriculteur - Exploitant
- Artisan - Commerçant
- Cadre - Chef d'entreprise
- Inactif

*Pour comparaison, données Insee, enquêtes
Emploi du 1er au 4ème trimestre 2006
(France métropolitaine, actifs occupés de 15 ans ou plus)*

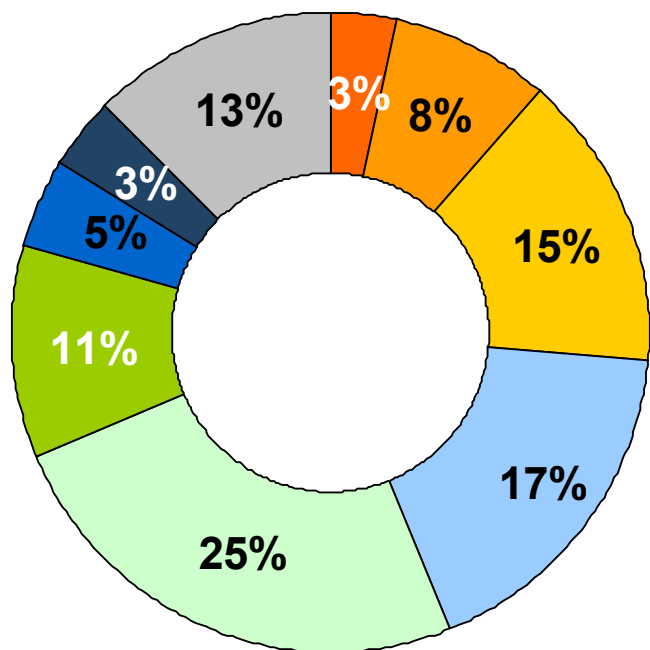


- Ouvrier
- Employé - Fonctionnaire
- Agriculteur - Exploitant
- Artisan - Commerçant
- Cadre - Chef d'entreprise

N = 800

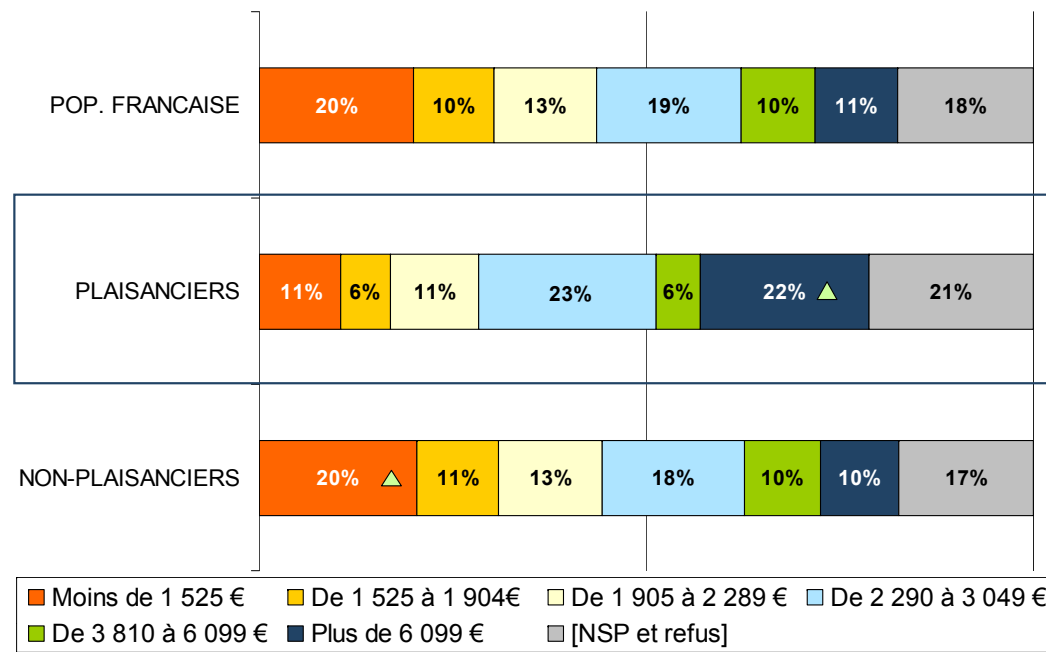


En conséquence, des revenus élevés (revenu mensuel net moyen total du foyer)



- Moins de 1 100 Euros
- De 1 101 à 1 500 Euros
- De 1 501 à 2 300 Euros
- De 2 301 à 3 000 Euros
- De 3 001 à 4 500 Euros
- De 4 501 à 6 000 Euros
- 6 001 à 7 500 Euros
- > à 7500 Euros
- NSP - Refus

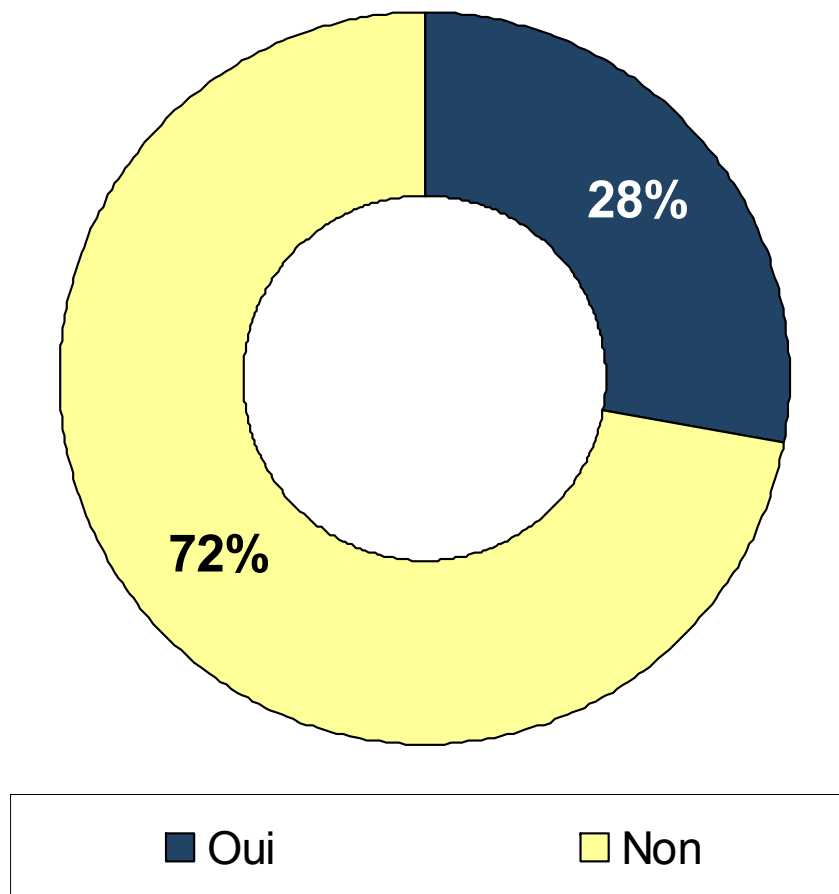
Résultats de l'omnibus justifiant la construction de l'échantillon
(2000 enquêtes dont 85 plaisanciers)
(définition des tranches légèrement différente)



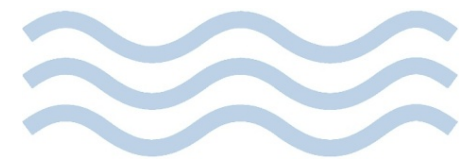
N = 800



Une présence de résidences secondaires assez notable



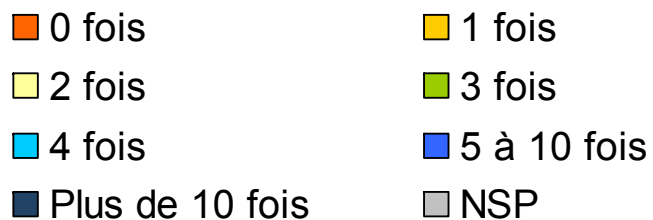
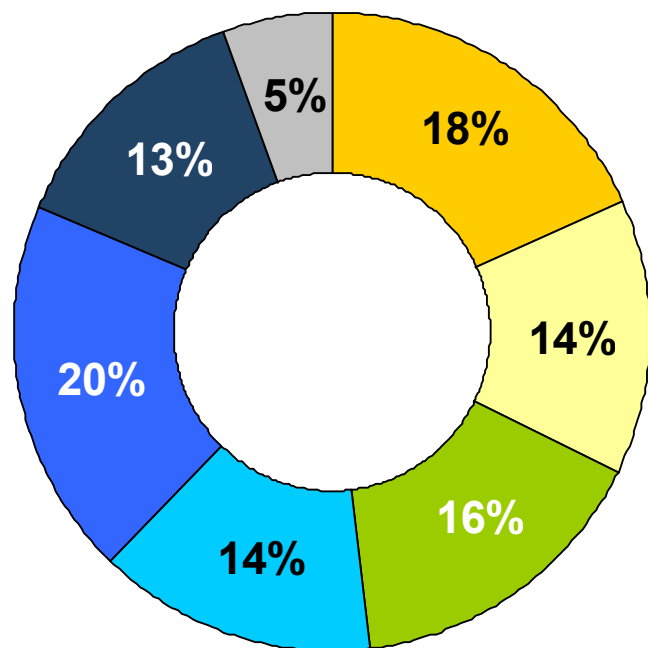
- Pour comparaison, la moyenne nationale est située entre 10 et 15% de Français disposant d'une résidence secondaire.



N = 800

Un taux de départ en vacances plutôt supérieur à la moyenne

Au cours des douze derniers mois, combien de fois êtes-vous parti en vacances, quel que soit le projet, pour un court séjour (type week-end prolongé) ou un séjour plus long ?



- Tous les plaisanciers interrogés partent au moins une fois en vacances dans l'année.
- Près de la moitié (47%) partent plus de 4 fois, dont 13% plus de 10 fois.

Nombre de départ moyen

5,9 dans les 12 derniers mois

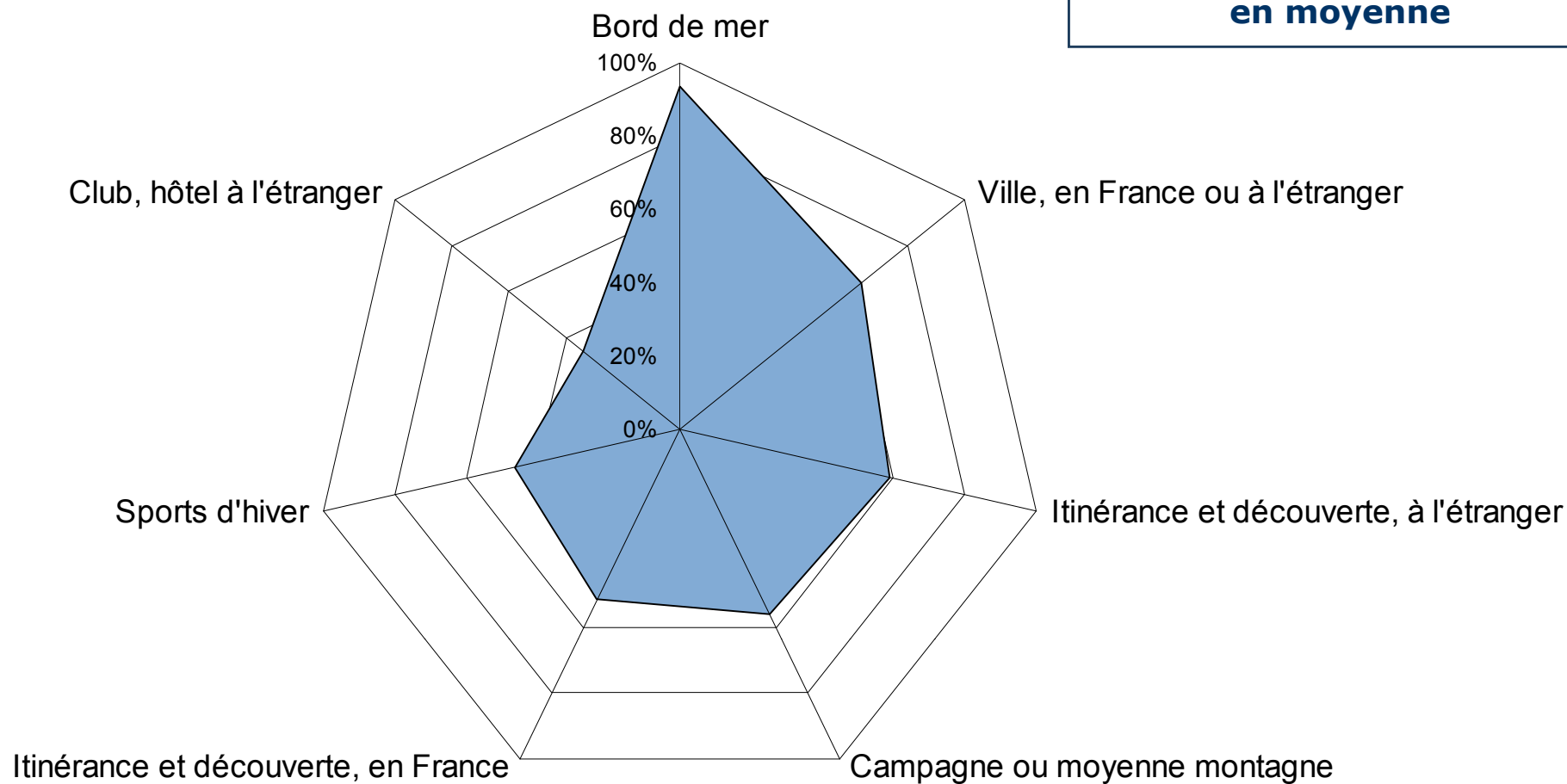
N = 800



Avec une diversité de pratiques (le bord de mer venant logiquement en premier lieu).

Parmi les types de vacances que je vais vous citer, quels sont ceux que vous pratiquez (soit occasionnellement, soit fréquemment) ?

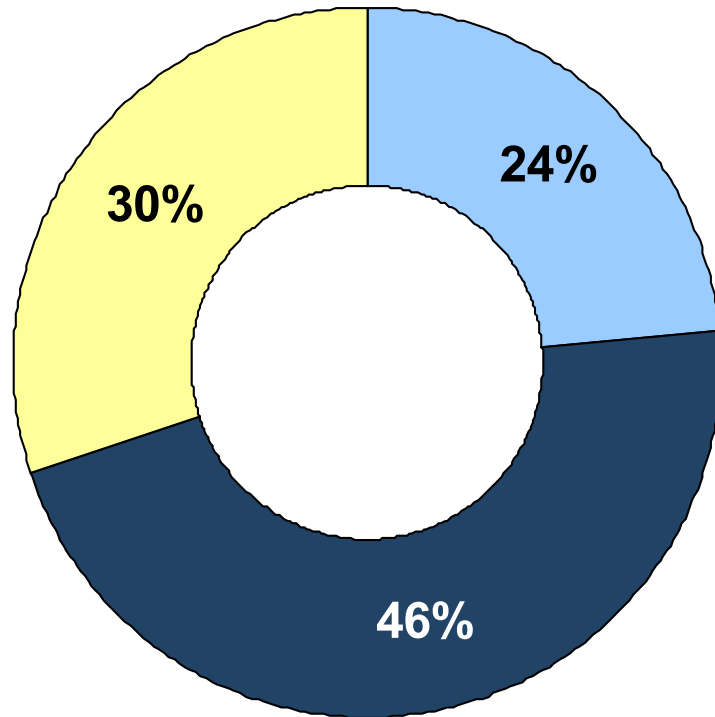
4 types de vacances cités, en moyenne



N = 800

Des personnes vivant majoritairement en couple

De combien de personnes se compose votre foyer, y compris vous-même ?

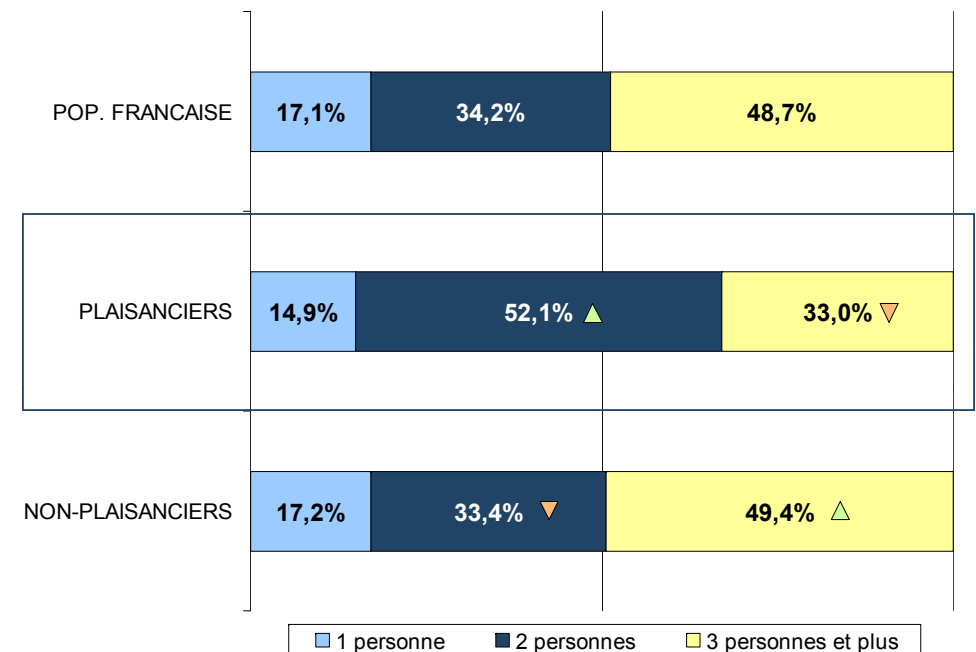


- Une personne, dans le foyer
- Deux personnes, dans le foyer
- Trois personnes et plus, dans le foyer

N = 800

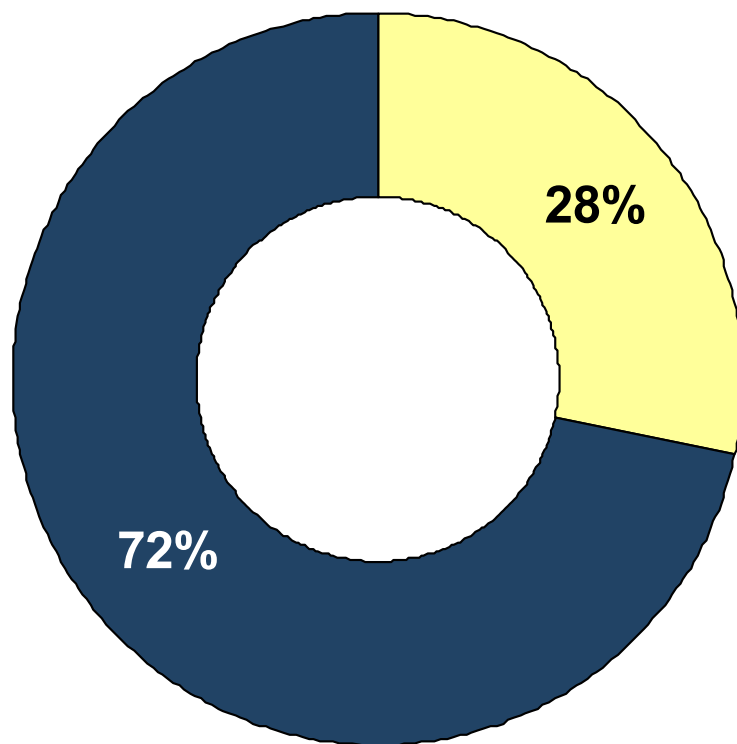
Sur cet aspect, on constate un léger décalage avec les résultats de l'omnibus : nombre légèrement supérieur de personnes vivant seules au détriment des personnes en couple.

Résultats de l'omnibus justifiant la construction de l'échantillon
(2000 enquêtes dont 85 plaisanciers)



Et sans enfants à charge

(poids des personnes vivant seules et des couples sans enfants)

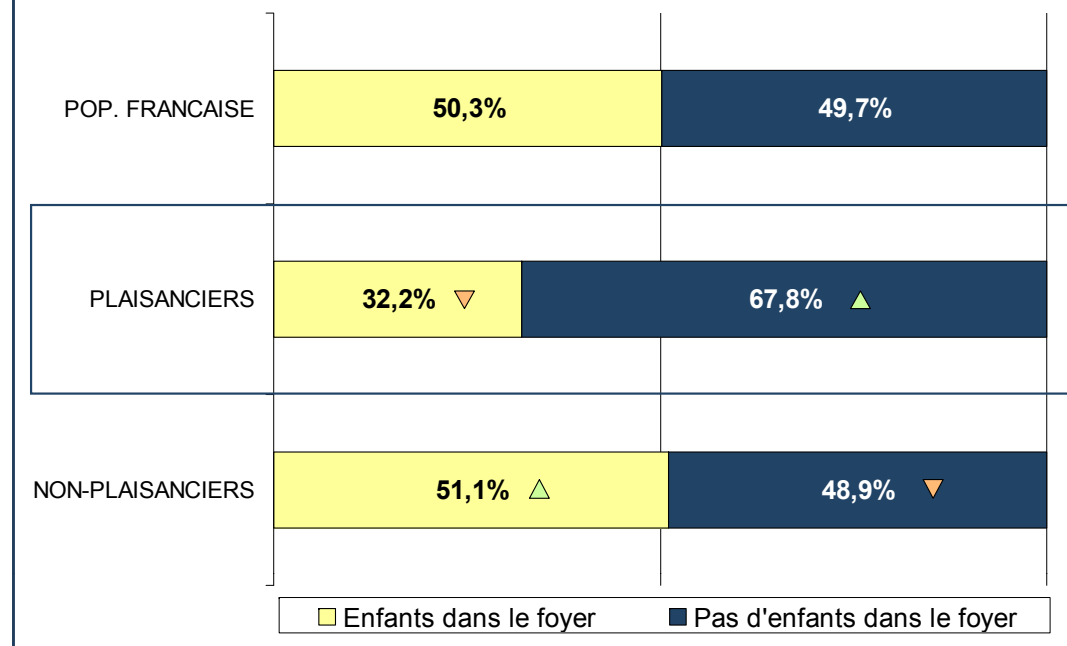


■ Enfants dans le foyer

■ Pas d'enfants dans le foyer

N = 800

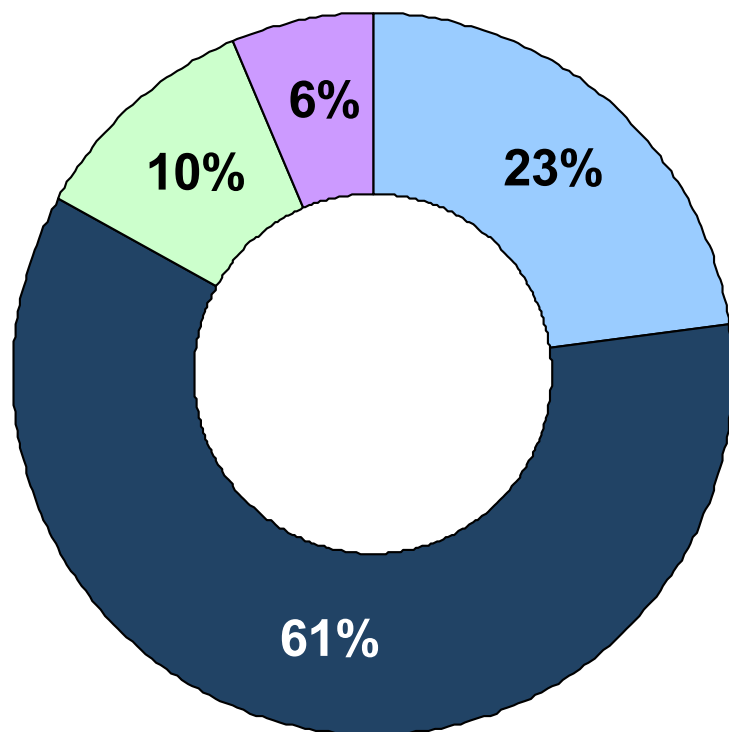
**Résultats de l'omnibus
justifiant la construction de l'échantillon**
(2000 enquêtes dont 85 plaisanciers)



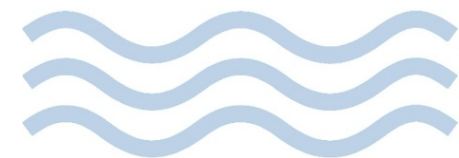
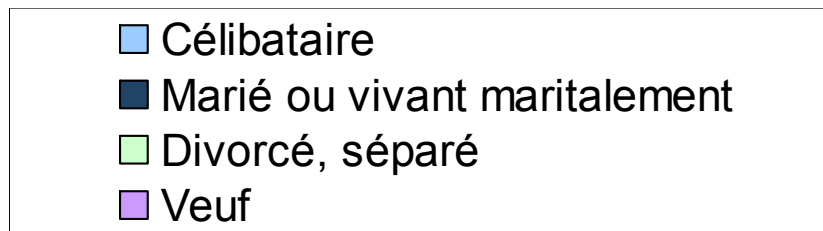
■ Enfants dans le foyer

■ Pas d'enfants dans le foyer



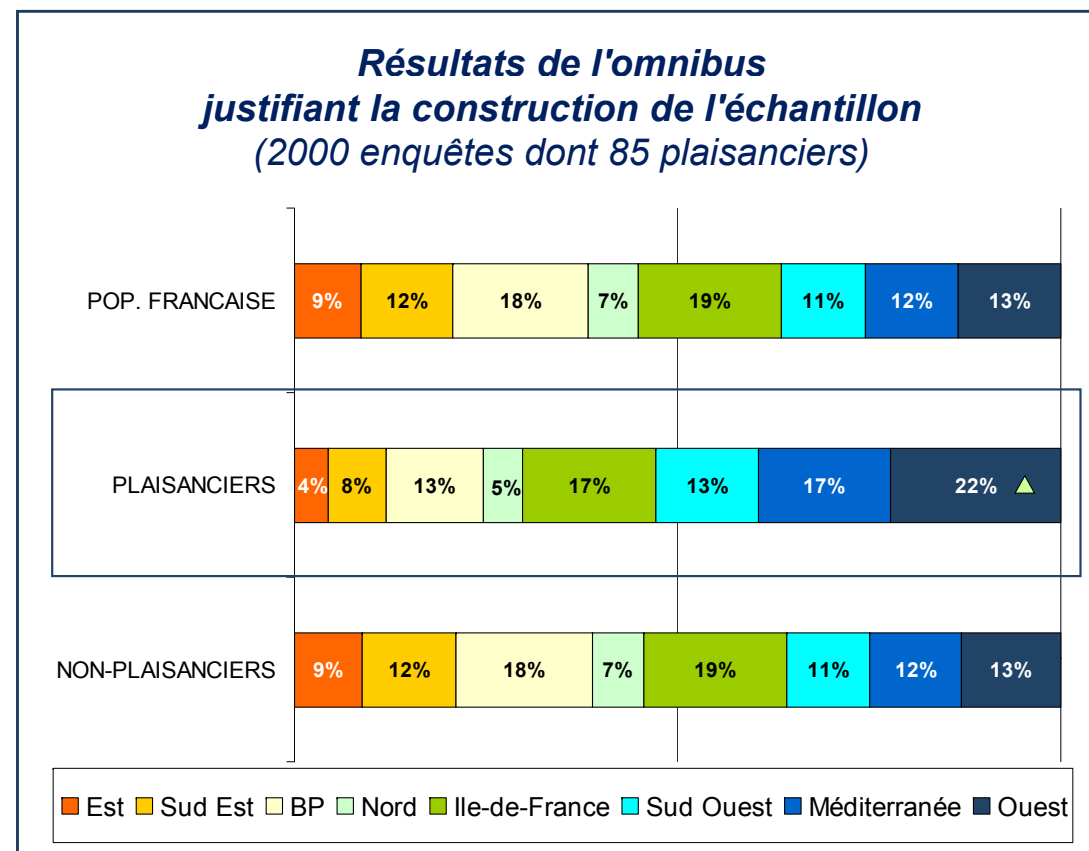
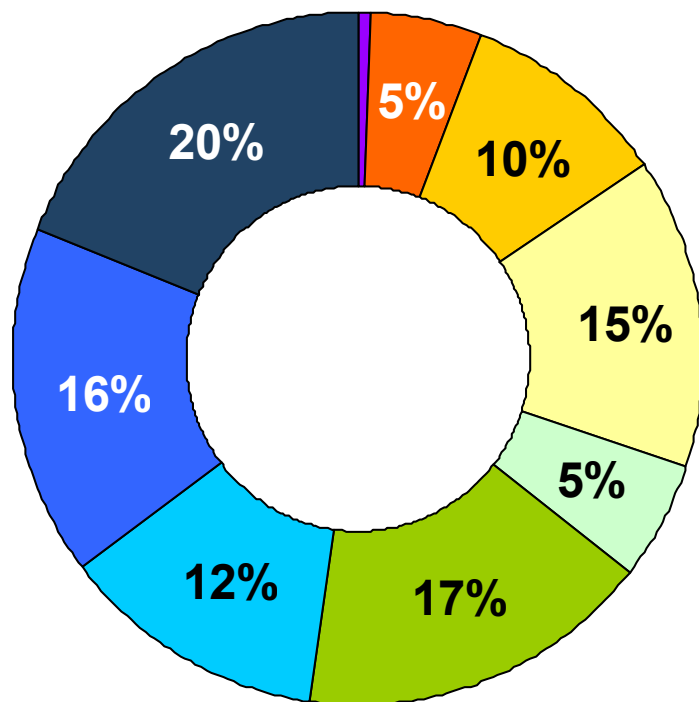


Situation familiale



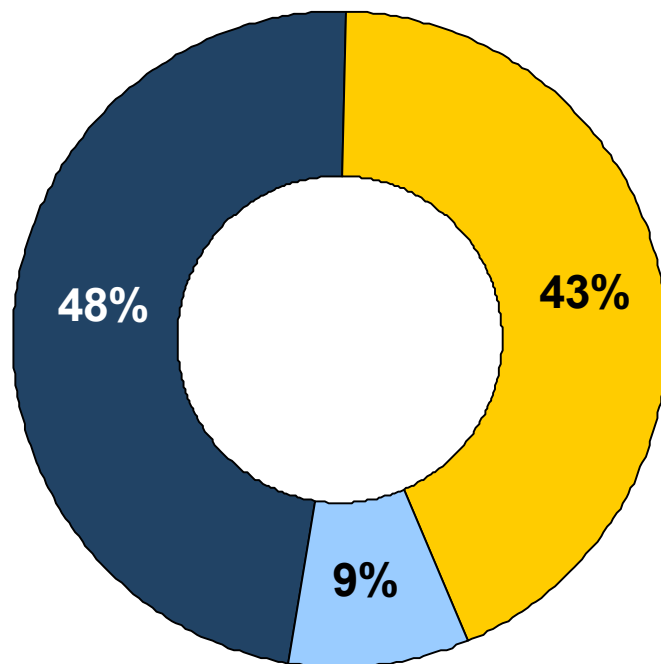
N = 800

Des habitants des zones côtières (ZEAT INSEE Sud-ouest, Méditerranée et Ouest) et de l'Ile-de-France qui constituent l'essentiel de la cible



N = 800

Ce qui se traduit dans la répartition "littoral" / "intérieur" des lieux de résidence



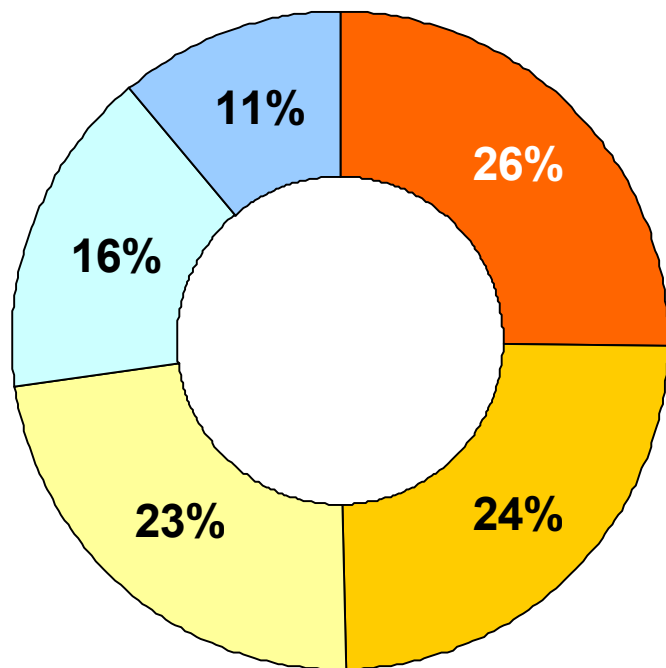
- Si l'on tient compte des résidences secondaires, la part de "résidents" du littoral s'élève à 57%. Ce qui traduit une forte "proximité" physique et psychologique avec la mer.

- Réside dans un département du littoral
- Réside dans un département hors littoral et ne dispose pas de résidence secondaire sur le littoral
- Réside dans un département hors littoral mais dispose d'une résidence secondaire sur le littoral

N = 800

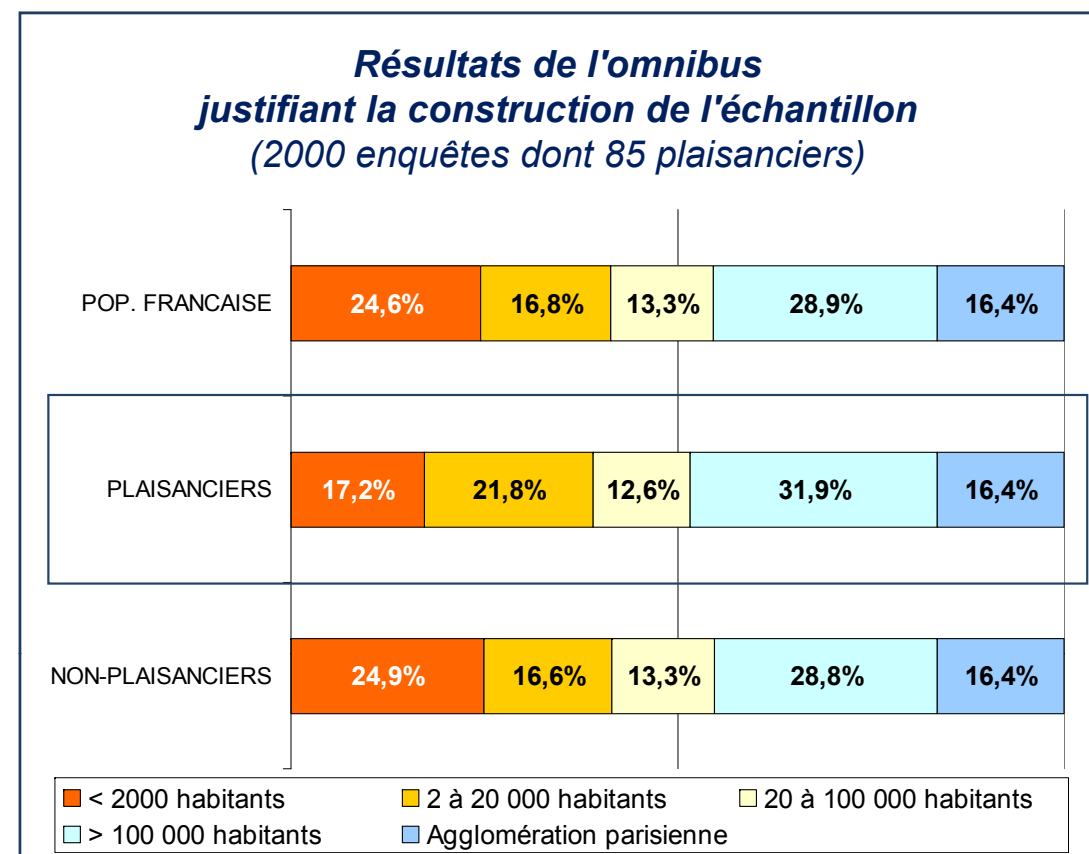


Enfin, des profils variés en termes de zone d'habitat



- Dans une commune rurale / à la campagne
- Dans une ville de moins de 20 000 habitants
- Dans une ville de 20 à 100 000 habitants
- Dans une ville de plus de 100 000 habitants
- Dans l'agglomération parisienne

N = 800



La cible des plaisanciers représentant 4% de la population française de plus de 15 ans :

- Est plus masculine (63%) que féminine (37%)
- Vit principalement en couple (46%) et/ou au sein de foyers sans enfants (72%)
et, de fait, mariée ou vivant maritalement (61%)
- Est plus âgée que la moyenne française (54 ans, en moyenne et 29% de plus de 70 ans)
et plus aisée (CSP + sur-représentées et en conséquence revenus supérieurs à la moyenne)
 - Ce qui se traduit dans ses pratiques de vacances :
 - Taux et nombre de départs en vacances élevés (tous partent au moins une fois par an, et la moyenne se situe à presque 6 départs dans les 12 derniers mois)
 - Destinations et motivations diversifiées (mer, bien sûr ... mais aussi tourisme urbain, de découverte, ...)
 - 28% possèdent une résidence secondaire (contre une moyenne nationale entre 10 et 15%)

Elle concentre :

- Les habitants des zones côtières (48% des plaisanciers habitent un département littoral)
et de l'Île-de-France (bassin naturel de concentration de la population française et des CSP +)

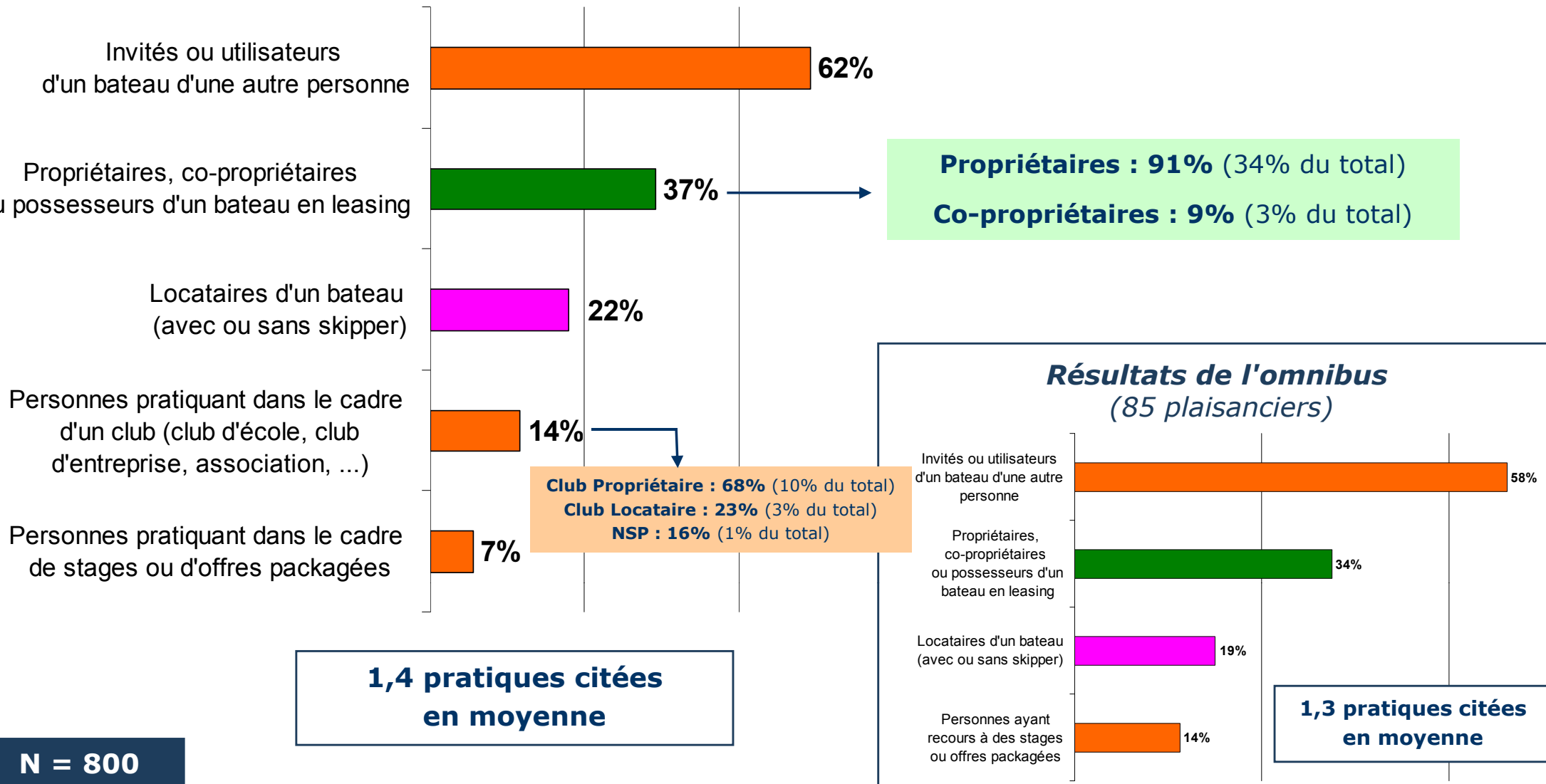




2 Pratiques de la plaisance



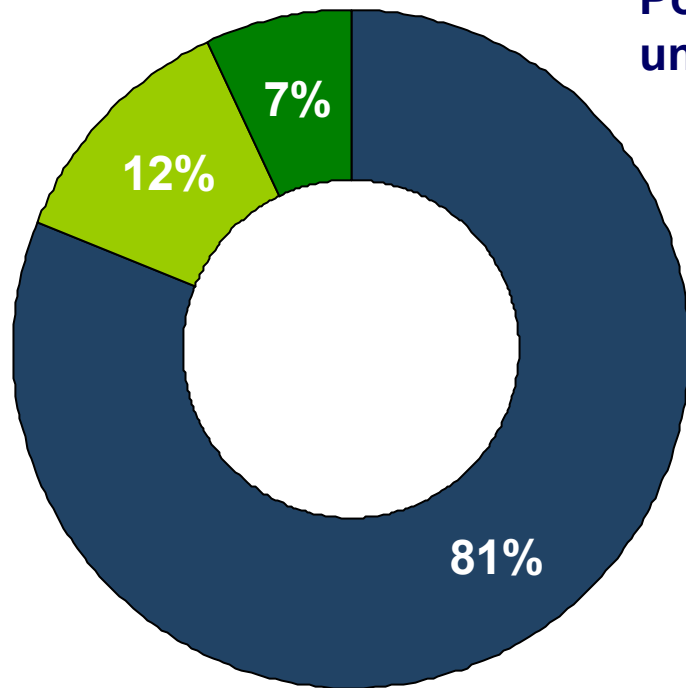
Les plaisanciers sont multi-pratiques mais sont, le plus souvent, "invités" sur des bateaux qui ne leur appartiennent pas.



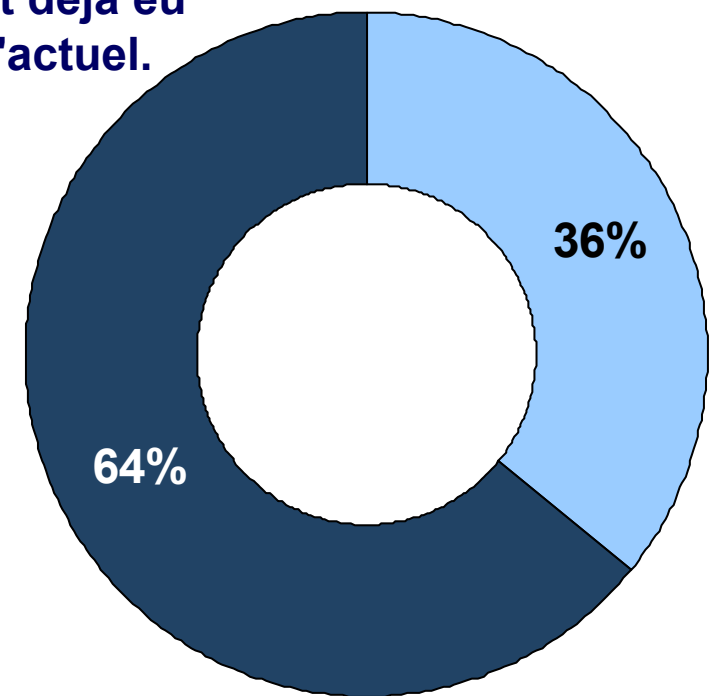


A noter, les propriétaires peuvent être multipropriétaires
(1,2 bateau en moyenne).

Pour 64% d'entre eux, ils ont déjà eu un bateau avant d'acquérir l'actuel.



- Un bateau
- Deux bateaux
- Trois bateaux et plus

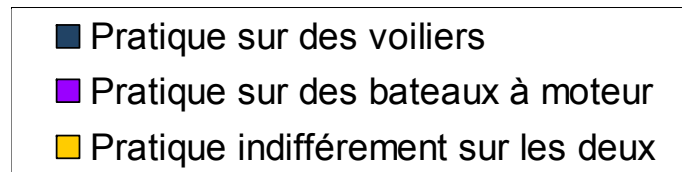
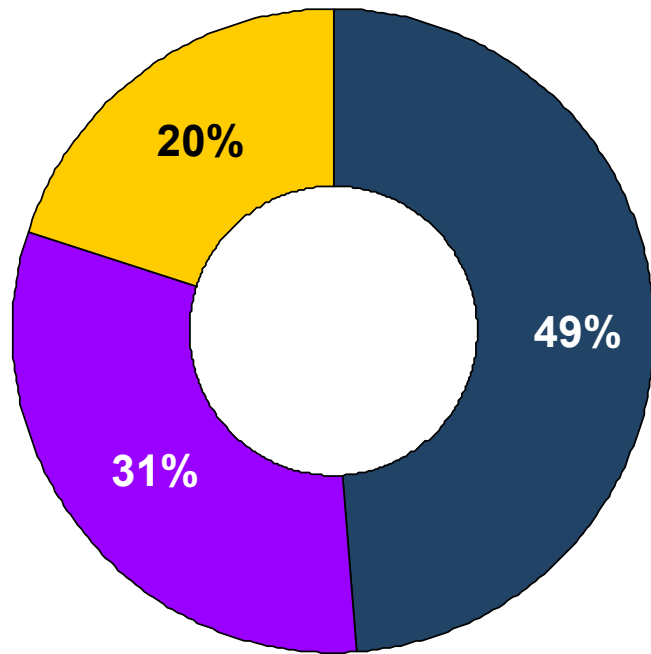


- Premier bateau
- Autres bateaux auparavant

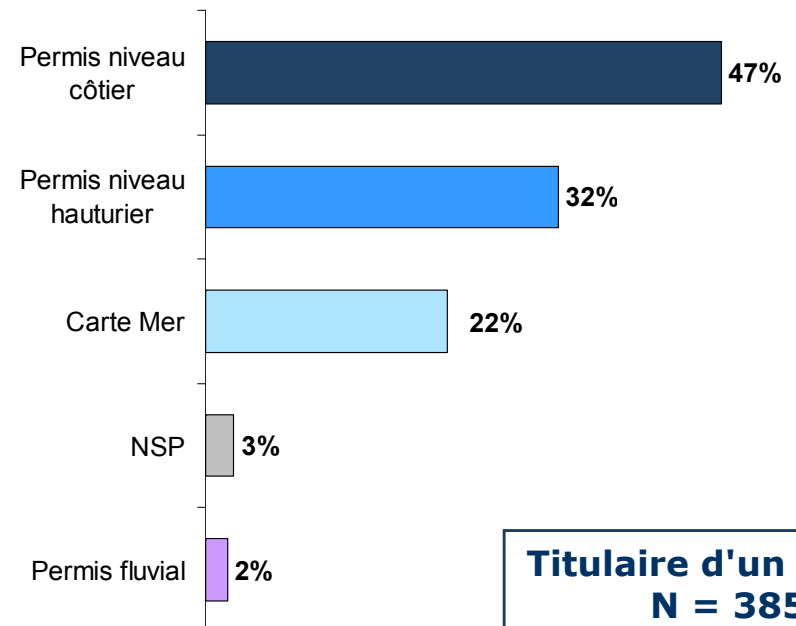
Propriétaires
N = 292

Des pratiques qui se répartissent entre voile et moteur, mais avec un avantage pour la voile (60% vs 40%),

un plaisancier sur deux (48%) ayant un permis de conduire les bateaux.



- Chiffre logiquement plus élevé chez les plaisanciers pratiquant sur des bateaux à moteur (53% contre 42% pour ceux pratiquant sur des voiliers)
- et encore plus élevé chez les propriétaires d'un bateau à moteur (85%)



Titulaire d'un permis
N = 385

N = 800

Pour la suite de l'analyse, nous utiliserons les regroupements suivants :

Propriétaires

N = 292 (37% des plaisanciers)

Propriétaires purs

(ne pratiquant que sur le bateau dont ils sont propriétaires)

N = 169 (21% des plaisanciers)

Autres propriétaires

(pratiquant également la plaisance hors propriété : comme invité, locataire ou dans le cadre d'un stage / offre packagée)

N = 123 (15% des plaisanciers)

N = 800

Non-Propriétaires

N = 508 (63% des plaisanciers)

au sein desquels on isolera les ...

Locataires

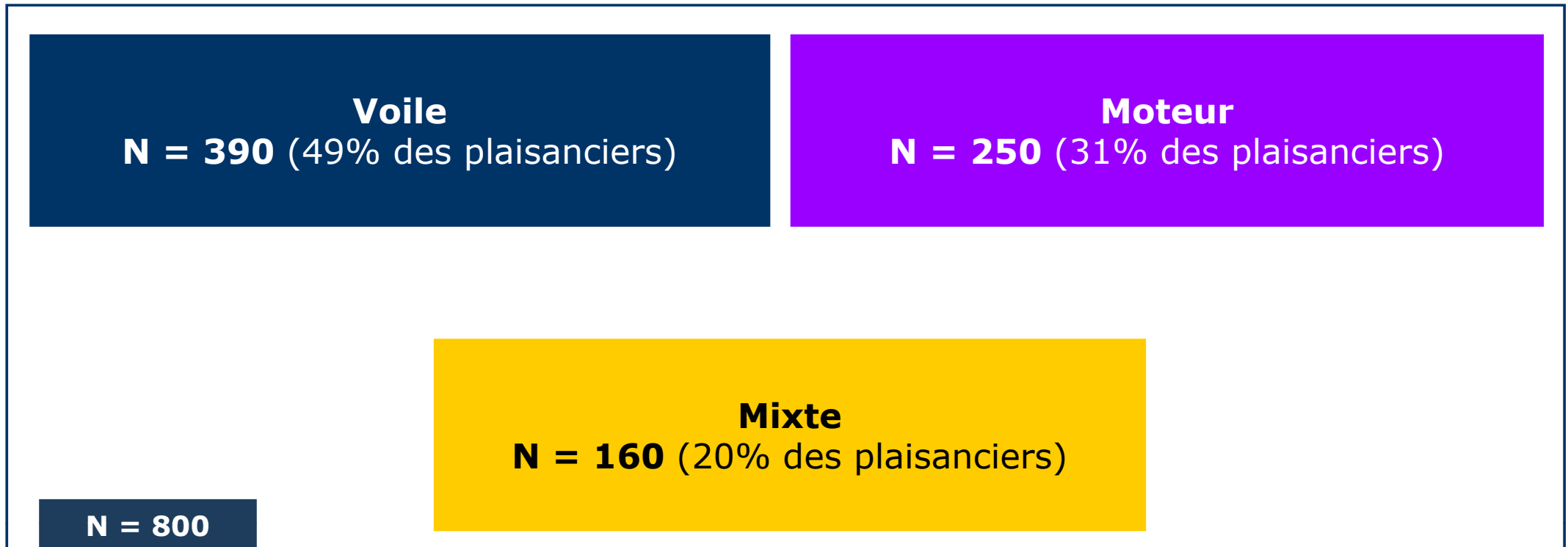
N = 142 (18% des plaisanciers)

LA PRATIQUE HORS PROPRIETE

(Non-propriétaires + Propriétaires pratiquant indépendamment de leur bateau)

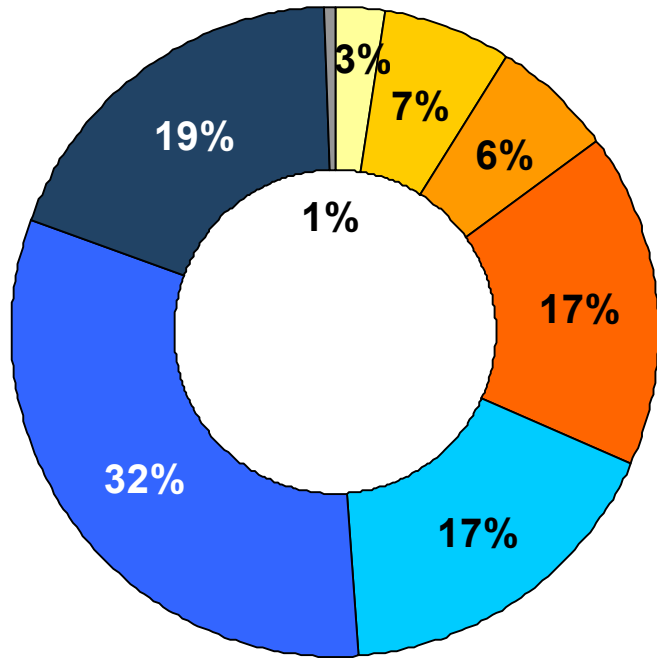
N = 123 + 508 = 631
(79% des plaisanciers)

Pour la suite de l'analyse, nous utiliserons les regroupements suivants (suite) :



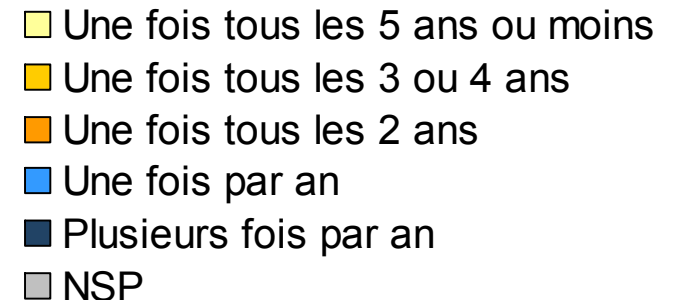
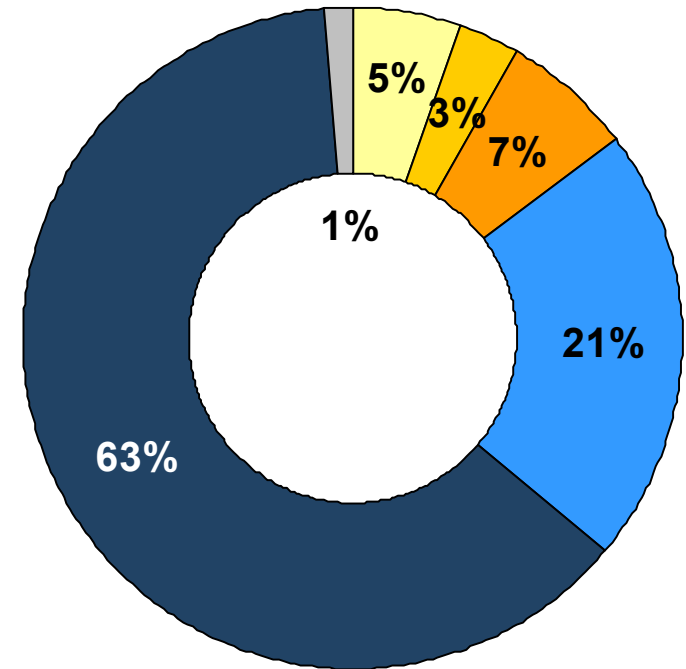
Une pratique de la plaisance qui est ancienne,

(pour la moitié de l'échantillon, supérieure à 20 ans et, pour les deux tiers, supérieure à 10 ans)



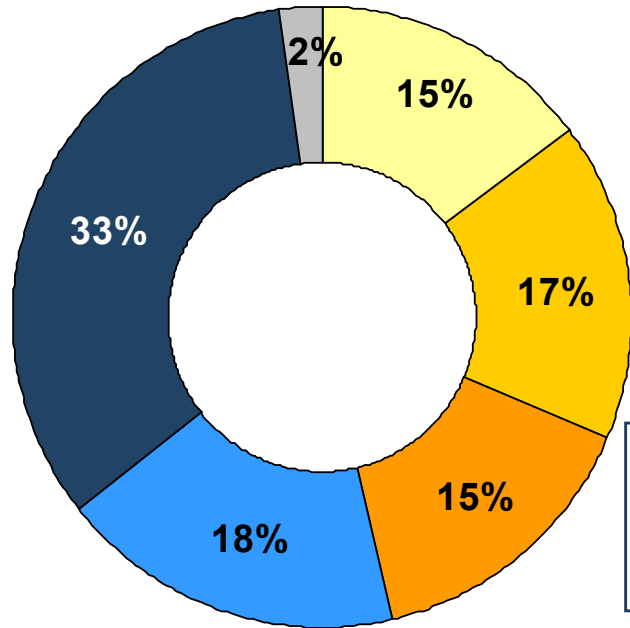
N = 800

Et régulière



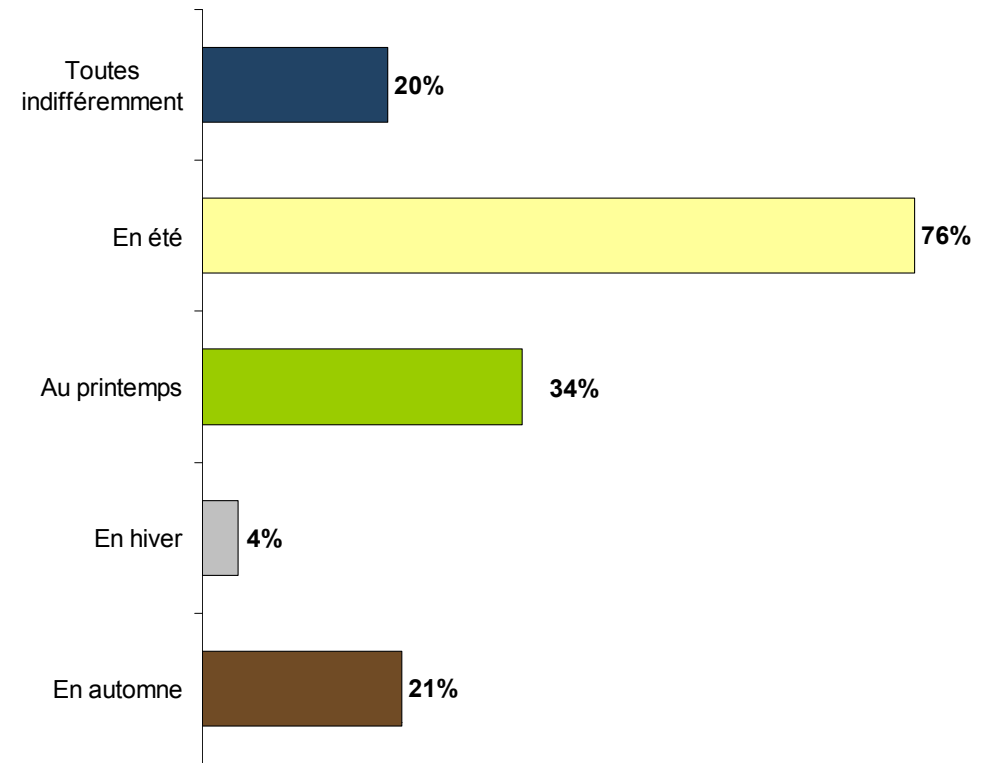
La régularité de la pratique se traduit par une certaine intensité,

Et des pratiques hors-saison même si l'été reste la saison dominante



**En moyenne,
une vingtaine
de jours par an**

- Moins d'une fois par an
- Tous les ans - Moins de 8 jours par an
- Tous les ans - De 8 à 15 jours par an
- Tous les ans - De 15 à 30 jours par an
- Tous les ans - Plus de 30 jours par an
- NSP



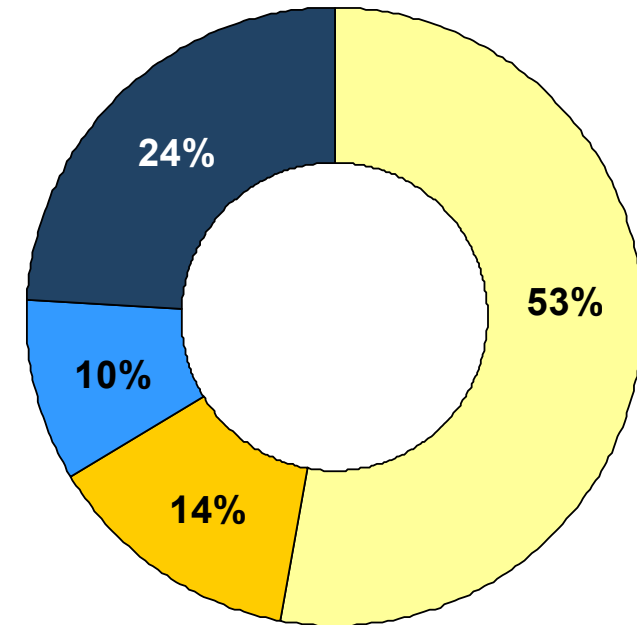
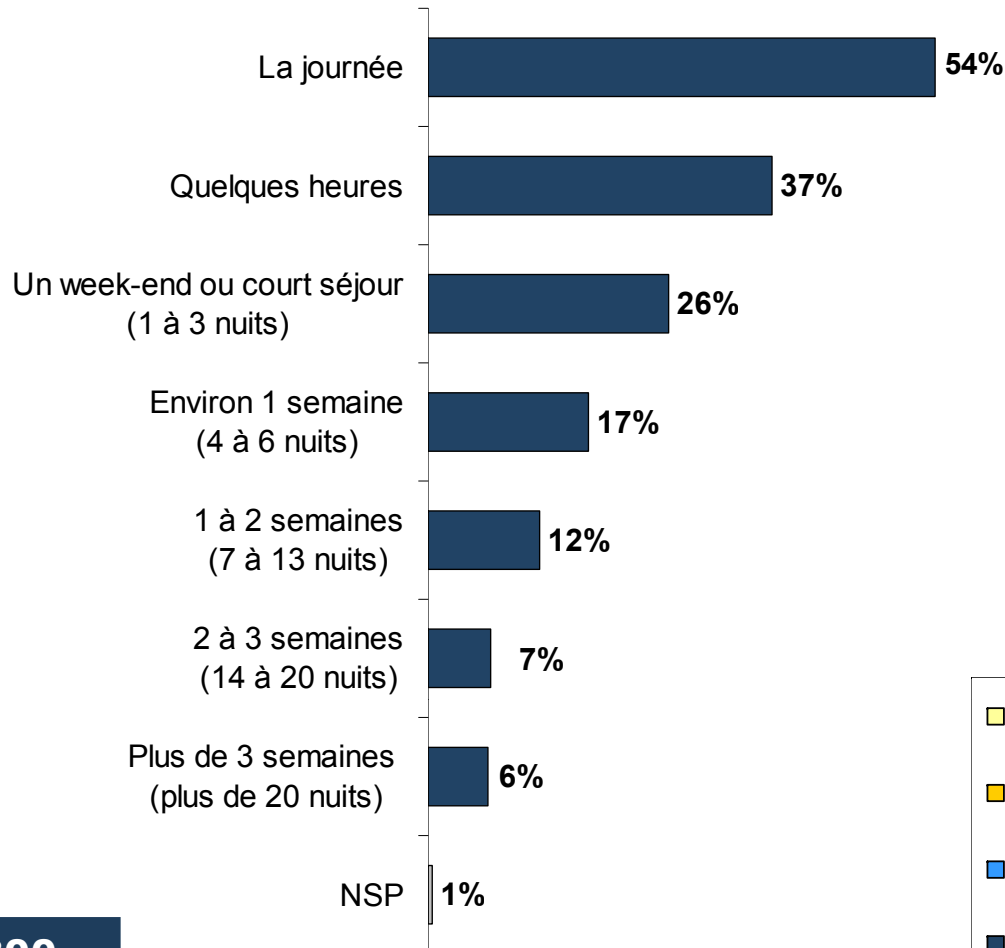
58% des plaisanciers citent au moins une autre saison que l'été, et 71% pratiquent la plaisance hors vacances scolaires ou indifféremment durant et hors des vacances scolaires.

N = 800

Concernant la durée des séjours on constate, assez logiquement, une diminution du nombre de plaisanciers concernés avec l'augmentation de la durée de sortie

Généralement, vous sortez en mer ou vous partez pour combien de temps ?

Et, de fait, 4 profils se dessinent (cf.ci-dessous)

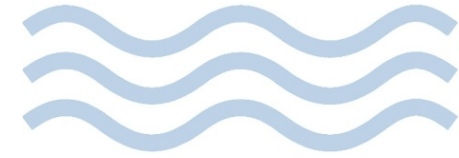
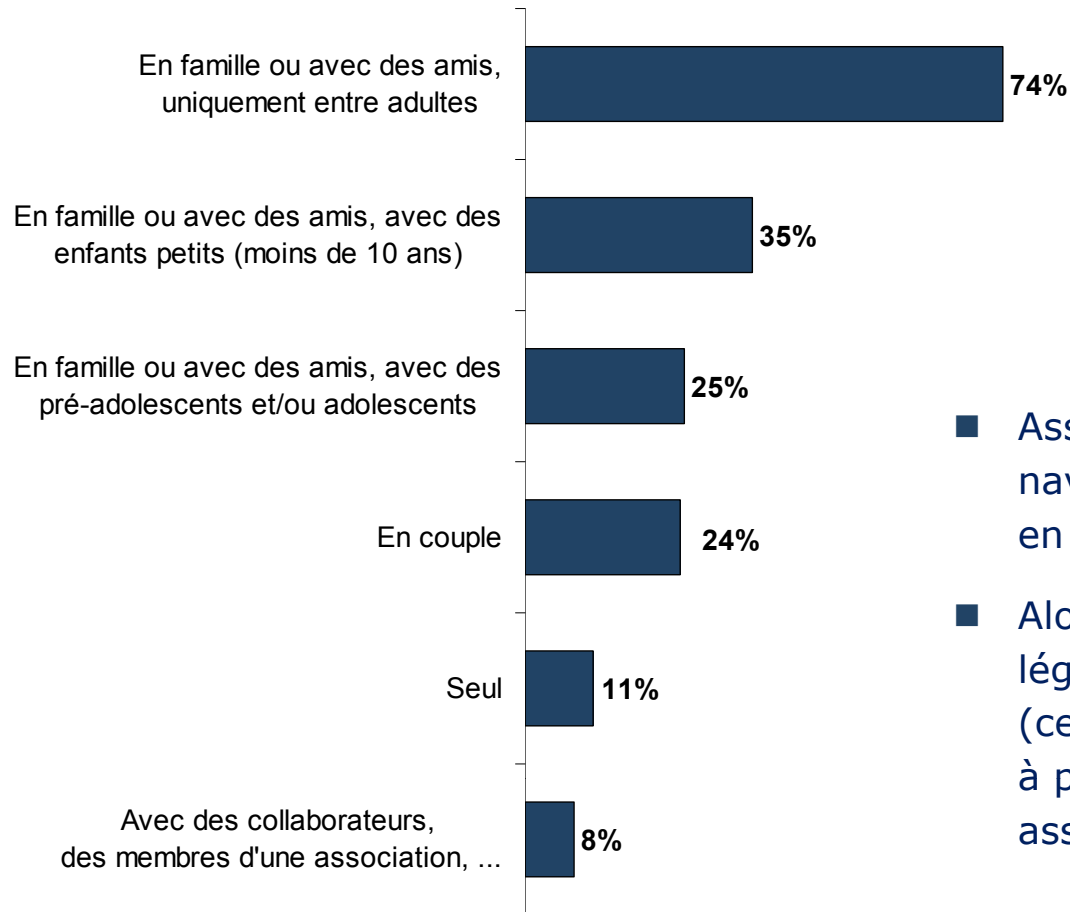


- "Excursionnistes" (uniquement quelques heures ou au plus la journée)
- "Courts séjours" (uniquement week-end, quelques jours ou au plus une semaine)
- "Longs séjours" (uniquement séjours de plus d'une semaine)
- Durées très variables

N = 800

La plaisance est une activité très familiale ou conviviale

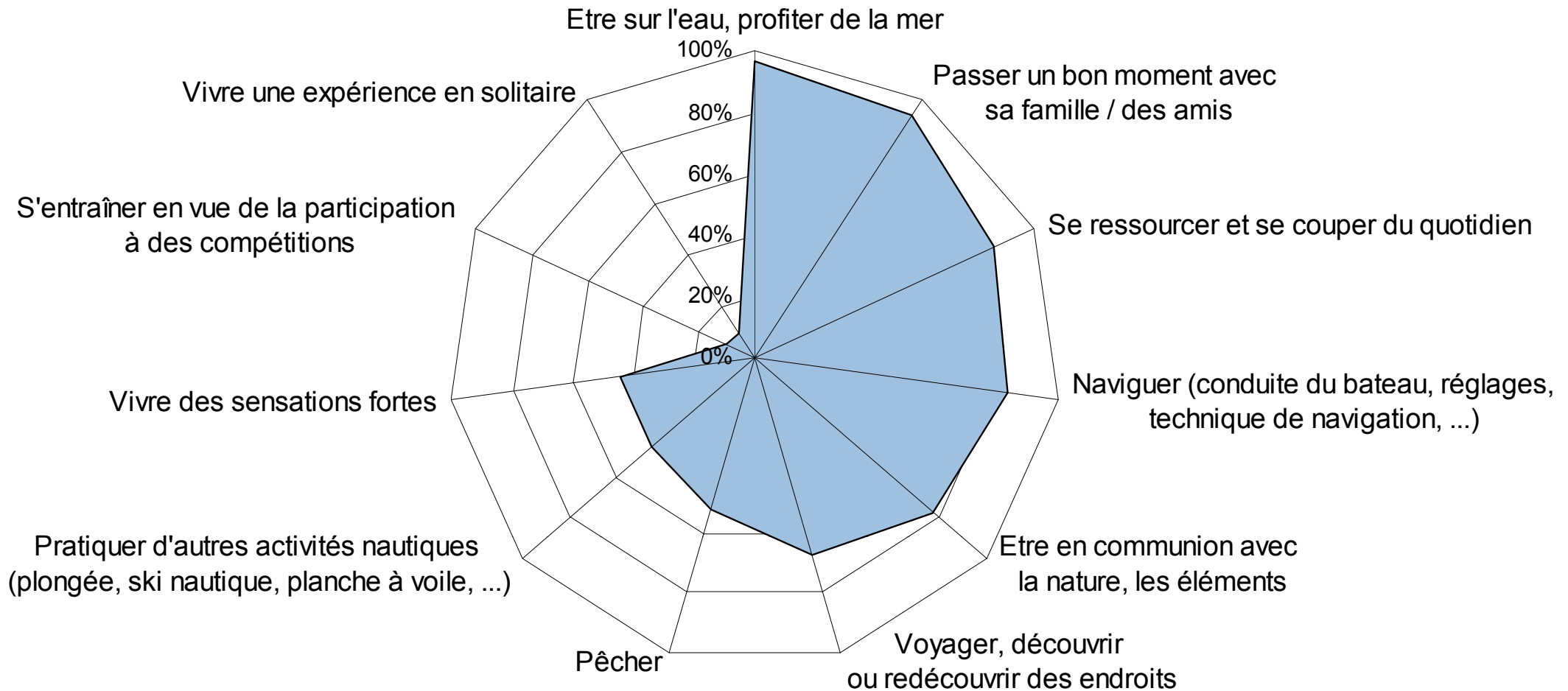
Généralement, vous sortez en mer ou vous partez ...



- Assez logiquement, les personnes sans enfants naviguent davantage seules (13%), en couple (25%) et entre adultes (77%),
- Alors que les personnes avec enfants naviguent légèrement plus que la moyenne avec des enfants (cela reste peu marqué) et ont également tendance à partir entre collaborateurs, dans le cadre d'une association,

N = 800

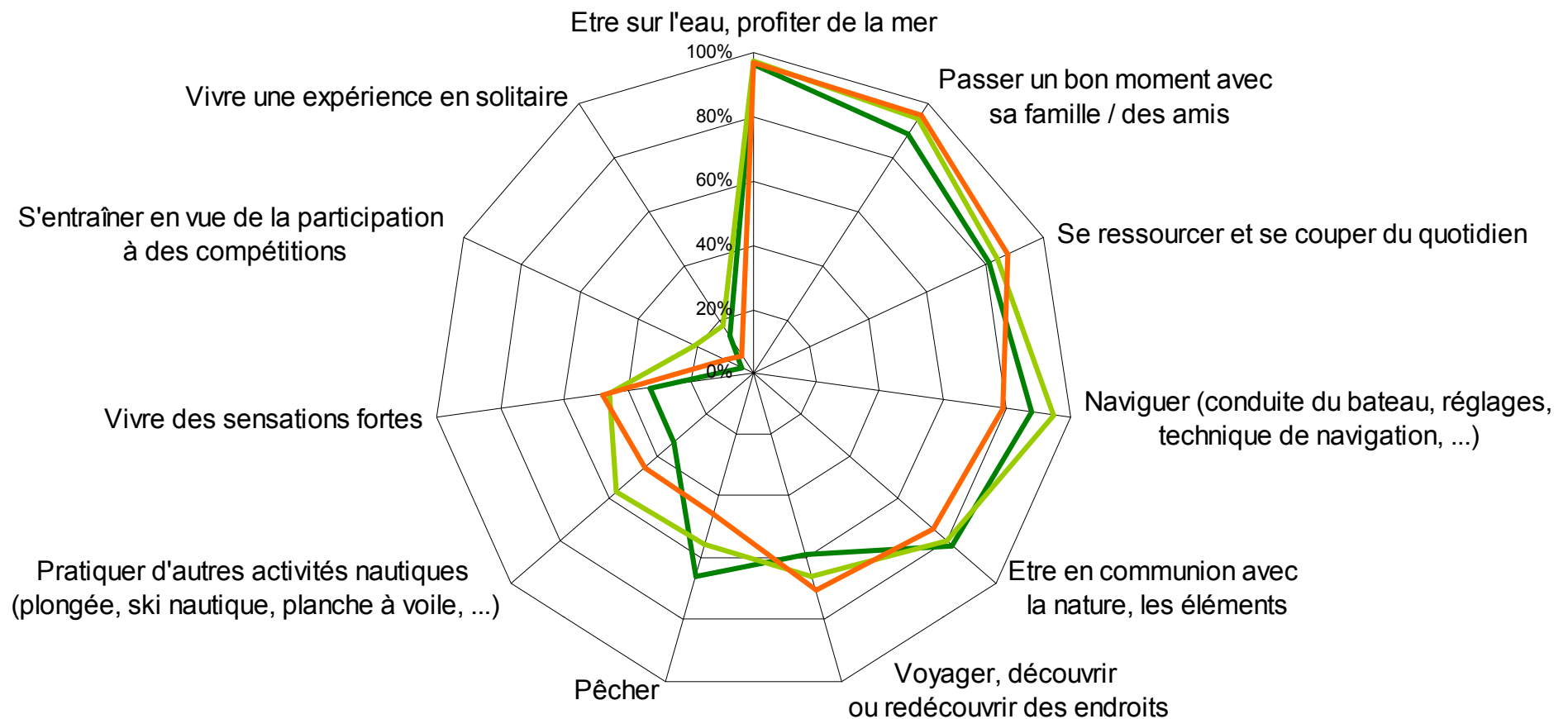
On retrouve d'ailleurs dans les motivations exprimées, une présence forte de la famille et de la convivialité, accompagnée du sentiment de ressourcement - rupture d'avec le quotidien (soit l'expression de motivations de vacances, assez traditionnelles)



N = 800

Avec un léger impact du statut de propriétaire sur les motivations / pratiques-types :

- les propriétaires sur-représentant la logique **plaisance-active**
- les non-propriétaires, la logique **plaisance - vacances**

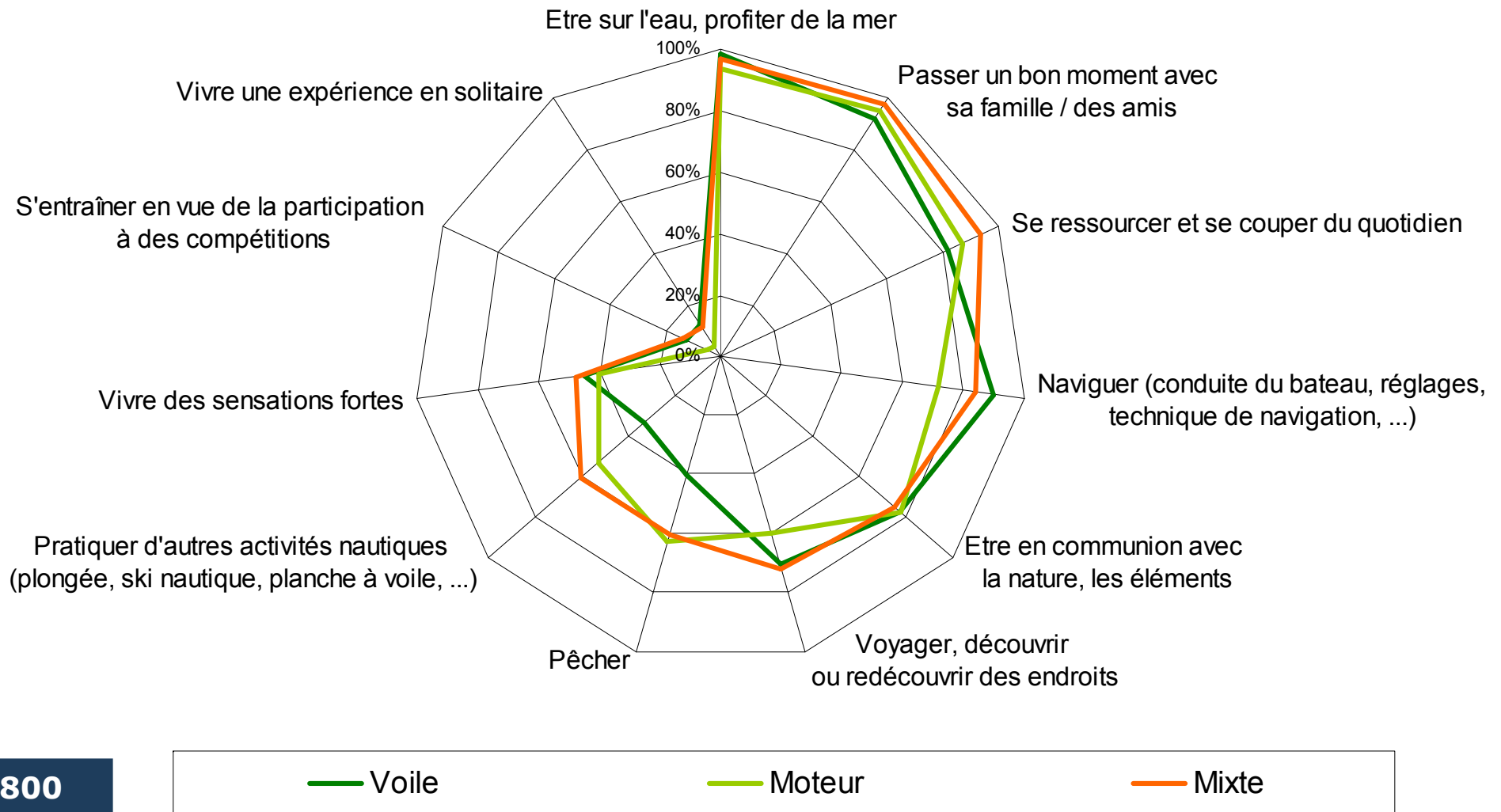


N = 800

— Propriétaire pur — Propriétaire + pratique hors propriété — Non-Propriétaire

Et un impact plus marqué du type de propulsion sur ces motivations / pratiques-types :

- Certaines activités favorisent le recours au moteur (pêche et activités nautiques type plongée ou ski nautique).
- Apparaît également un lien entre voile et compétition, pratique solitaire, navigation et découverte.



N = 800

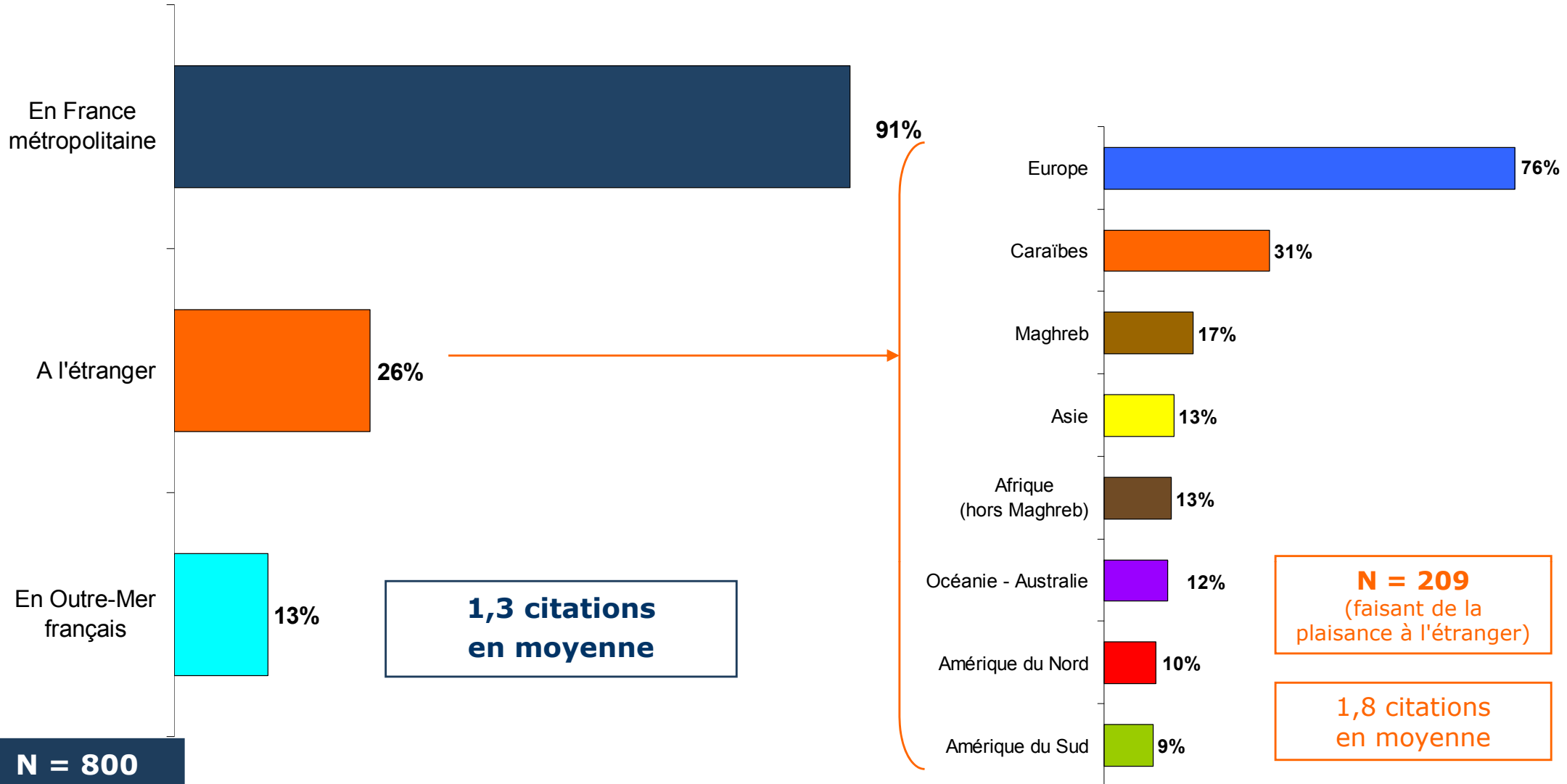
Voile

Moteur

Mixte

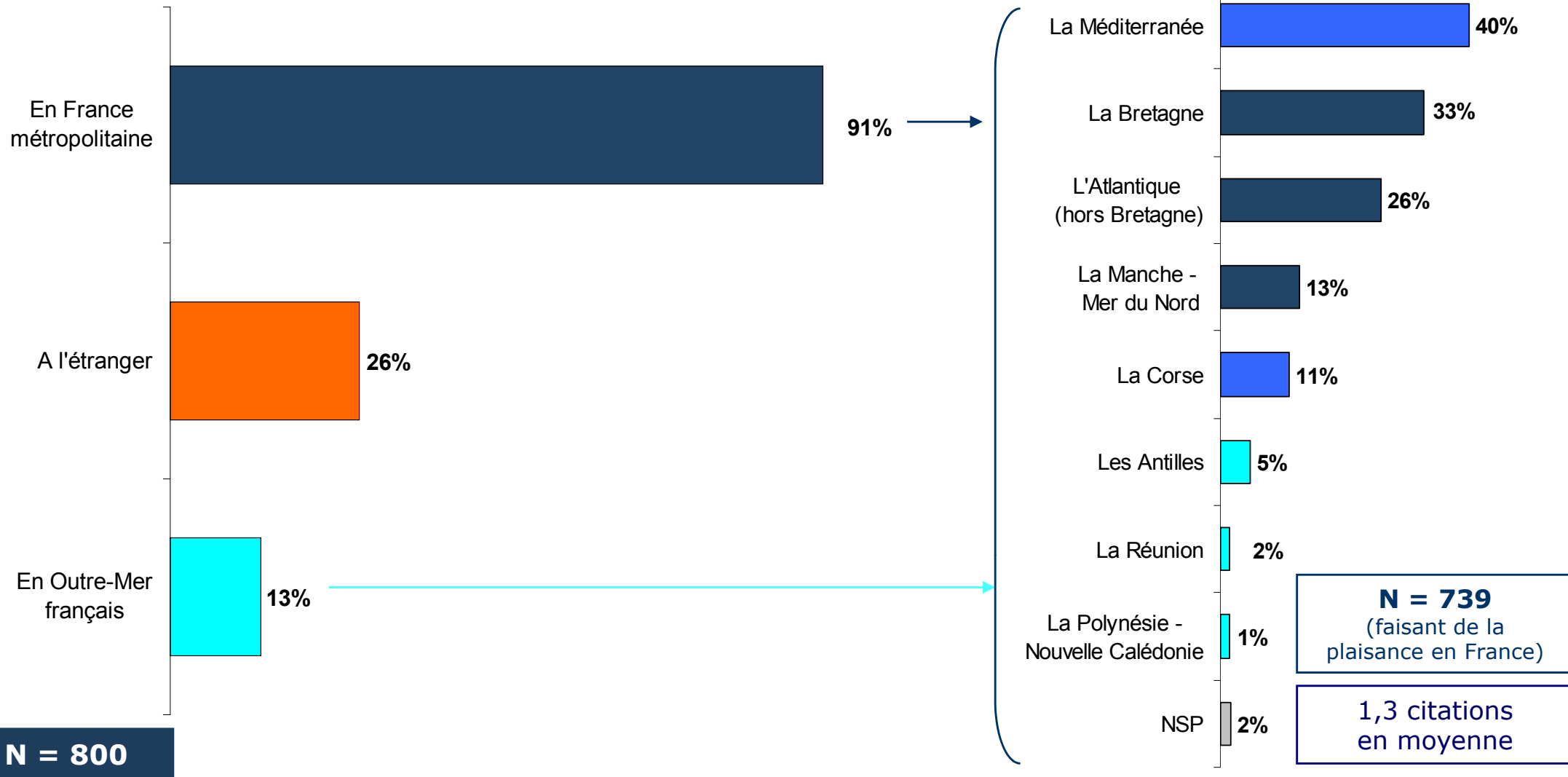
La plaisance est pratiquée sur les côtes métropolitaines, bien sûr, mais aussi en Outre-mer français et à l'étranger,

Pratiquez-vous la plaisance ...



... avec, pour la France, une fréquentation multiple et variée des différents bassins

Pratiquez-vous la plaisance ...



La plaisance est une activité d'initiés - passionnés :

- **La pratique est souvent ancienne** (pour la moitié de l'échantillon, elle date de 20 ans ou plus, pour les deux tiers, elle date de 10 ans ou plus)
- **Toujours régulière et intensive**
 - 63% des plaisanciers naviguent plusieurs fois par an
 - 33% des plaisanciers naviguent plus de 30 jours par an et la moitié, plus de 15 jours par an
- **Cette pratique régulière et intensive induit, de fait, des opportunités hors-saison**
 - 58% des plaisanciers naviguent en dehors de l'été
 - 71% pratiquent la plaisance hors vacances scolaires

Cette relation particulière à une activité de loisirs (faite d'héritage culturel et familial et de passion) **conduit 37% des plaisanciers à faire le choix engageant de la propriété** (ce, durablement : 64% des propriétaires étaient déjà propriétaires de bateaux avant l'achat de leur bateau actuel), **voire pour 20% d'entre eux, de la multipropriété.**



Derrière le terme de "plaisance" se cache une diversité de pratiques, qui se combinent et ne sont pas exclusives les unes des autres
(une des caractéristiques importantes des plaisanciers étant d'être multipratiques) :

- Navigation sur des **voiliers** (60%) **vs sur des bateaux à moteur** (40%)
- Navigation sur son **propre bateau** (37%) **vs sur un bateau loué** (22%),
comme **invité** (62%), dans le **cadre d'un club / d'une association** (14%)
ou bien d'un **stage / d'une offre packagée** (7%)
- Logique **d'excursion** (sortie de quelques heures ou pour la journée) (53%),
et de **séjours**, plus ou moins longs pouvant aller jusqu'au **voyage au long cours**.
- Pratique d'une **plaisance - vacances** axée famille, convivialité, ressourcement,
relation avec la nature et les éléments, voire pour certains découverte et voyages
(en moyenne, ces motivations concernent 84% des plaisanciers),
par différence avec une **plaisance - active** autour de la pêche, de la navigation intensive
(sportive et riche en sensations fortes, en solitaire, en vue d'une compétition)
(pour environ 30% des plaisanciers)
- Navigation en **groupe d'adultes** (74%), avec des **enfants** (45%), en **couple** (24%),
en **solitaire** (11%)
- Navigation sur les **côtes françaises** (91%) et/ou **à l'étranger** (26%)





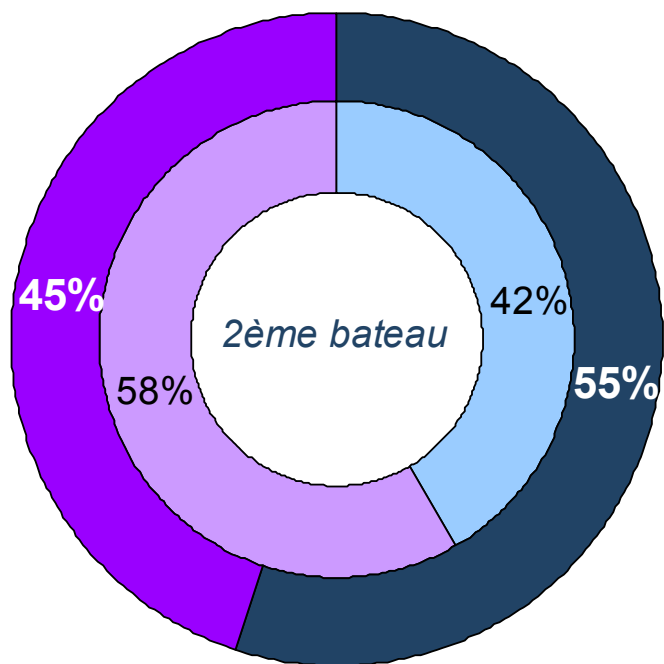
Caractéristiques des bateaux



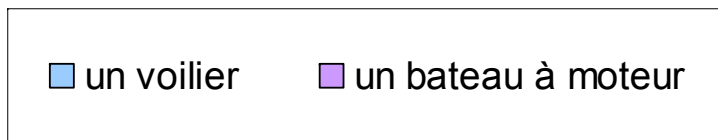


Chez les propriétaires, une répartition voile - moteur à 55% / 45%, pour le premier bateau (une proportion un peu plus forte des moteurs sur le 2^{ème})

Des bateaux essentiellement monocoques (5% de multicoques)

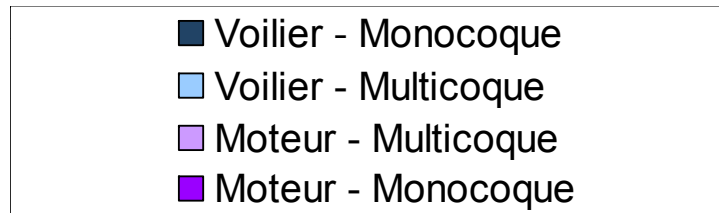
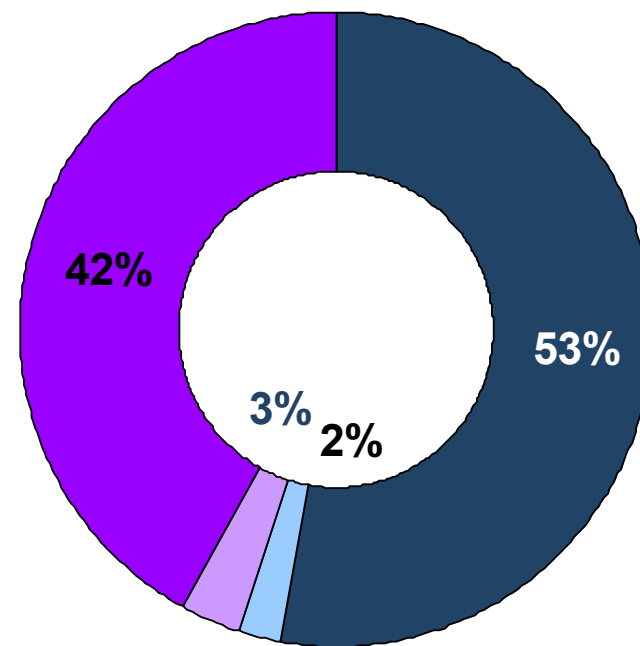


Bateau principal



**Propriétaires
N = 292**

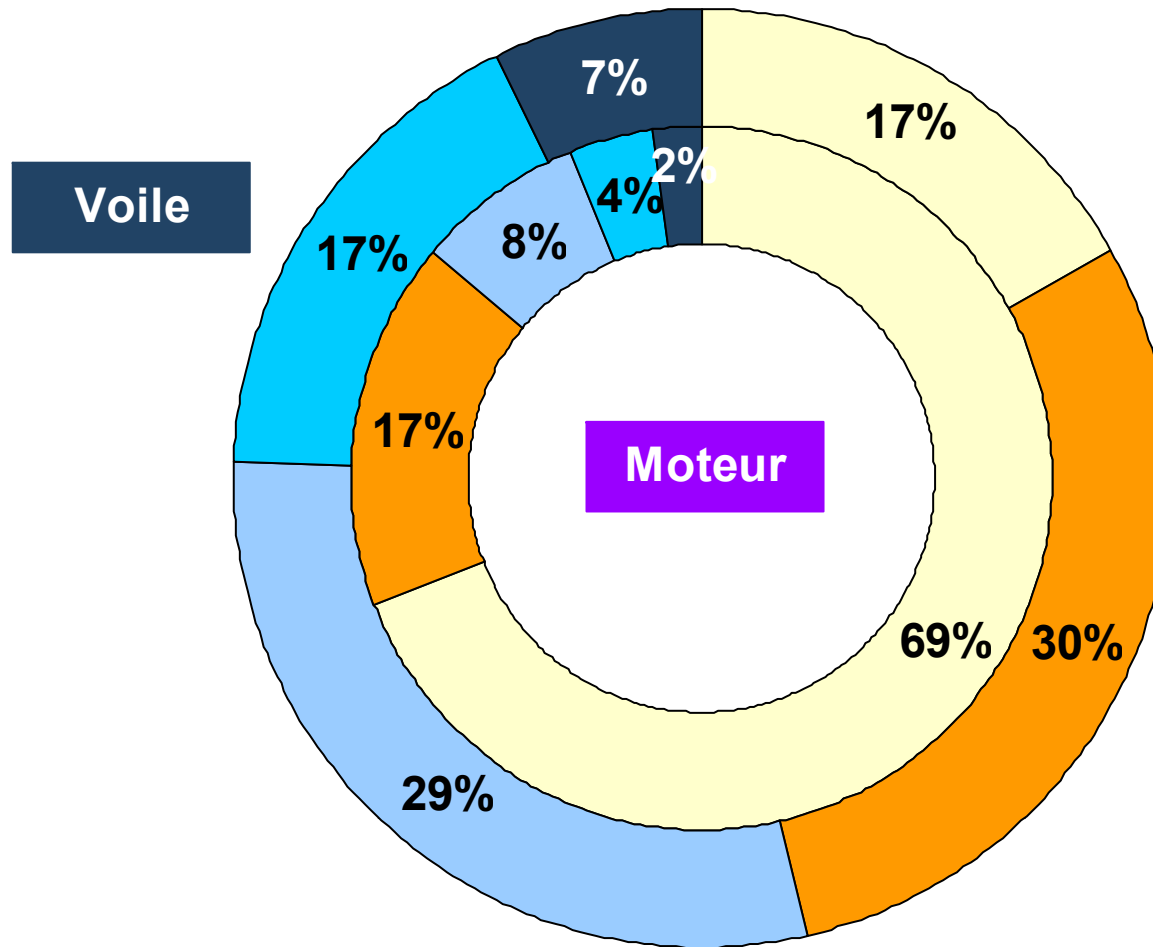
**Propriétaires
d'au moins 2 bateaux
N = 55**



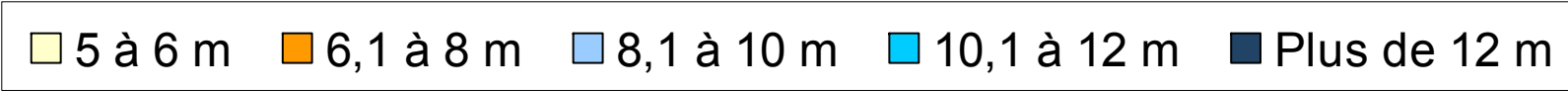
(bateau principal)



Une confirmation de la prédominance des petites unités (84% des bateaux en propriété font moins de 10 m) avec un très net clivage voile / moteur



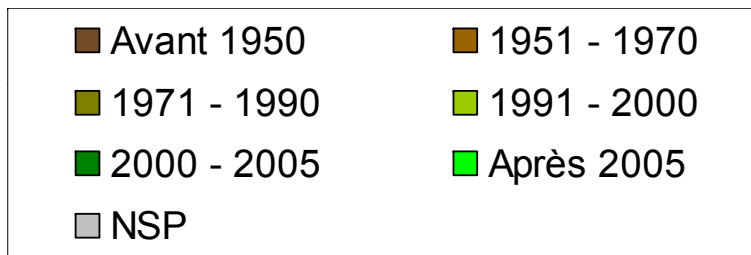
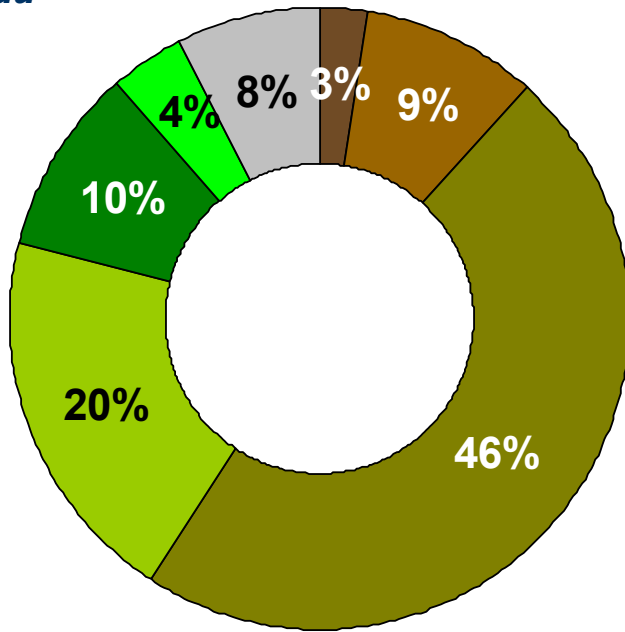
**Propriétaires
N = 292**





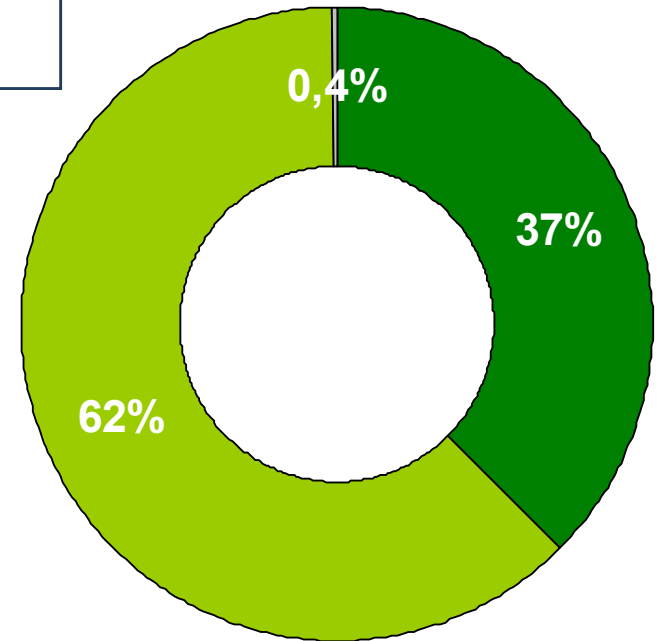
Un parc de bateaux assez anciens (80% ont été construits avant 2000) dans lequel, la pratique d'achat d'occasion a massivement joué

Date d'achat du bateau



(bateau principal)

Age moyen du bateau :
23 ans

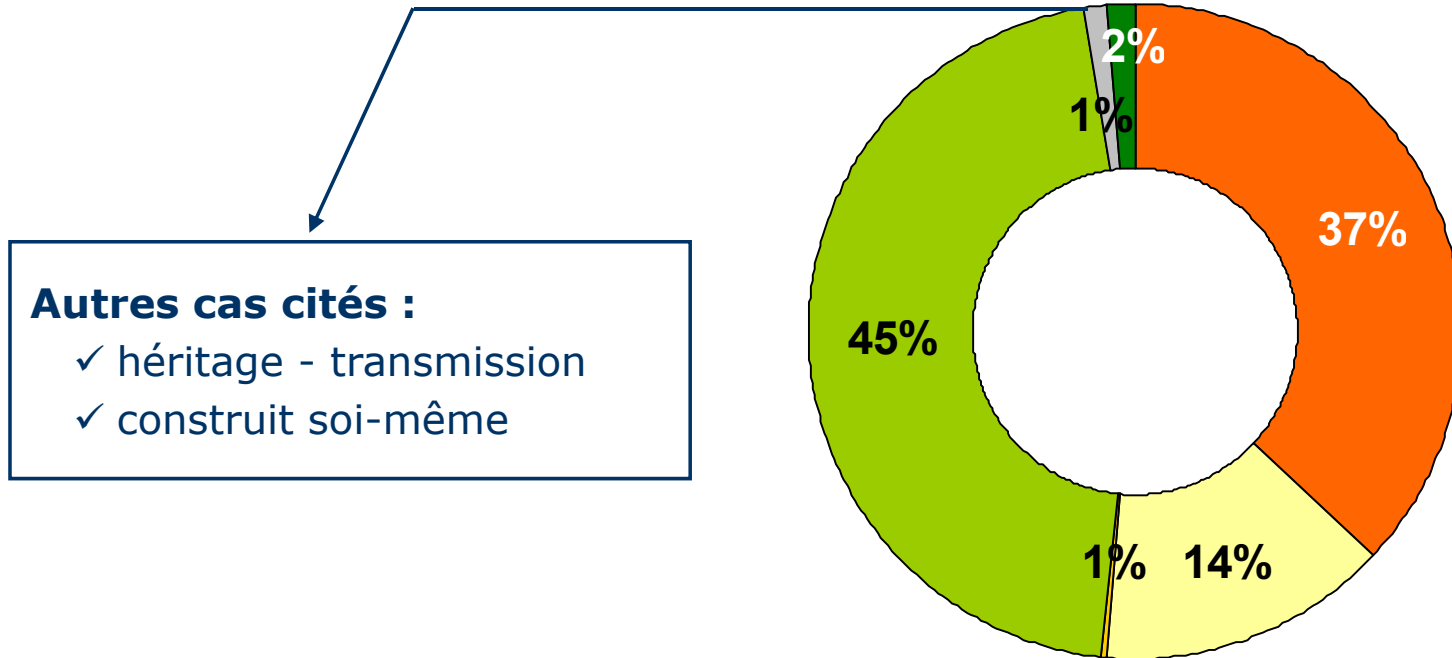


(bateau principal)

Propriétaires
N = 292



Des lieux d'achat qui correspondent à l'achat d'occasion majoritaire (poids des particuliers)



Autres cas cités :
 ✓ héritage - transmission
 ✓ construit soi-même

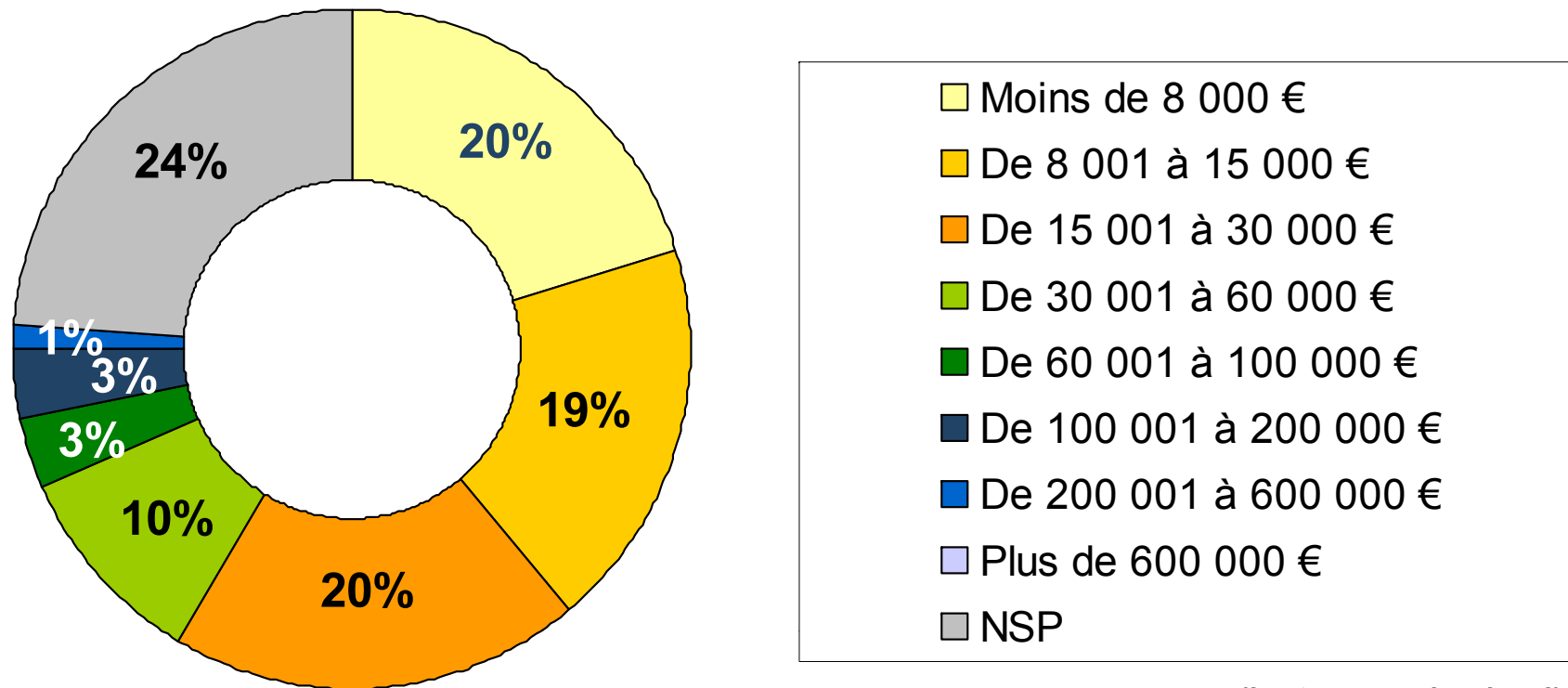
- Un constructeur - distributeur - revendeur
- Un shipchandler
- Un loueur
- Un particulier
- NSP
- Autres

Propriétaires
N = 292

(bateau principal)



Des prix d'achat (bateau seul) assez variés,
avec environ une moitié des bateaux achetés à des prix inférieurs à 15 000 €
et une autre moitié à des prix supérieurs à 15 000 €



(bateau principal)

**Propriétaires
N = 292**

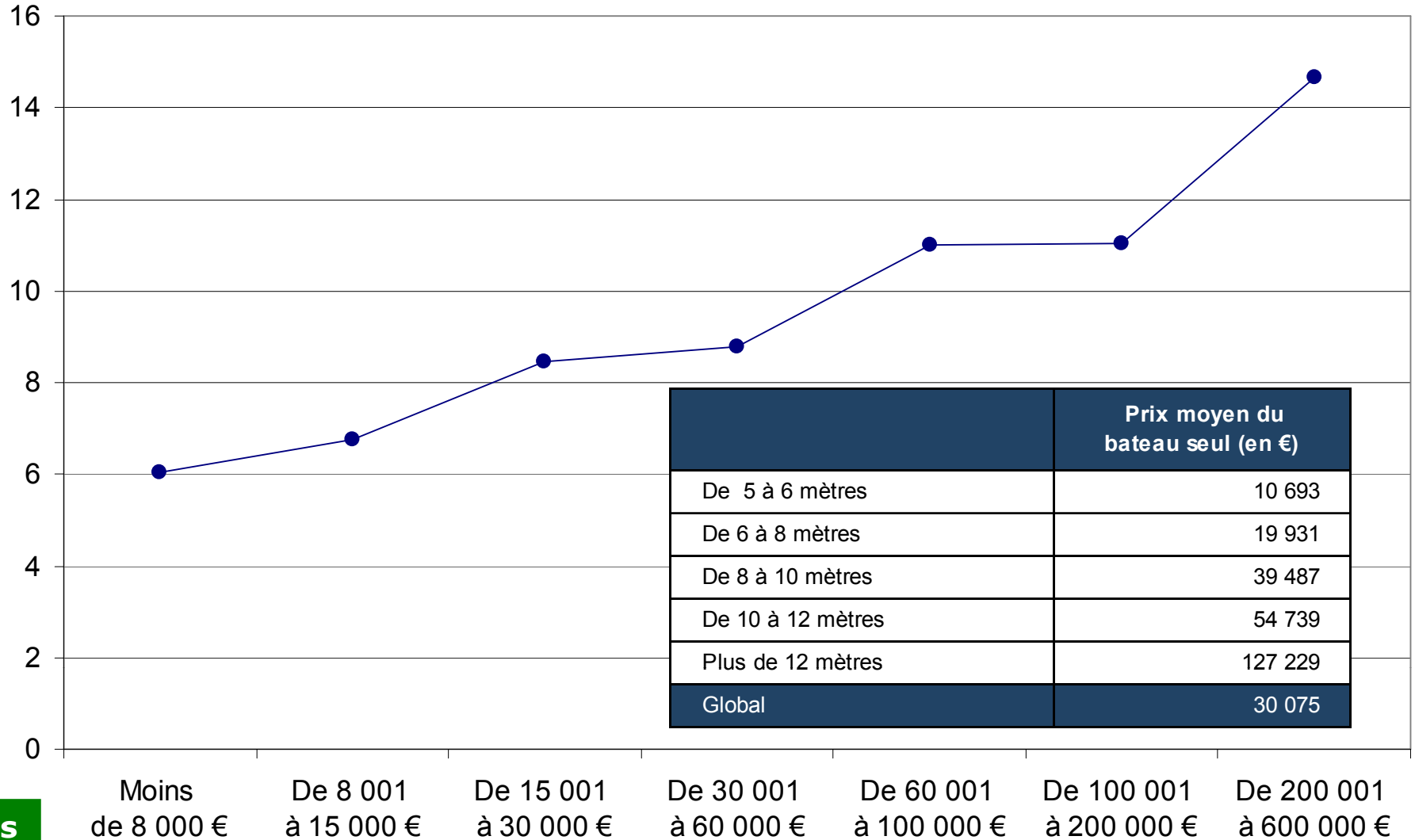
Prix moyen : 30 000 €

LES PROPRIÉTAIRES



Avec une corrélation logique entre prix d'achat et taille des bateaux

Taille en m



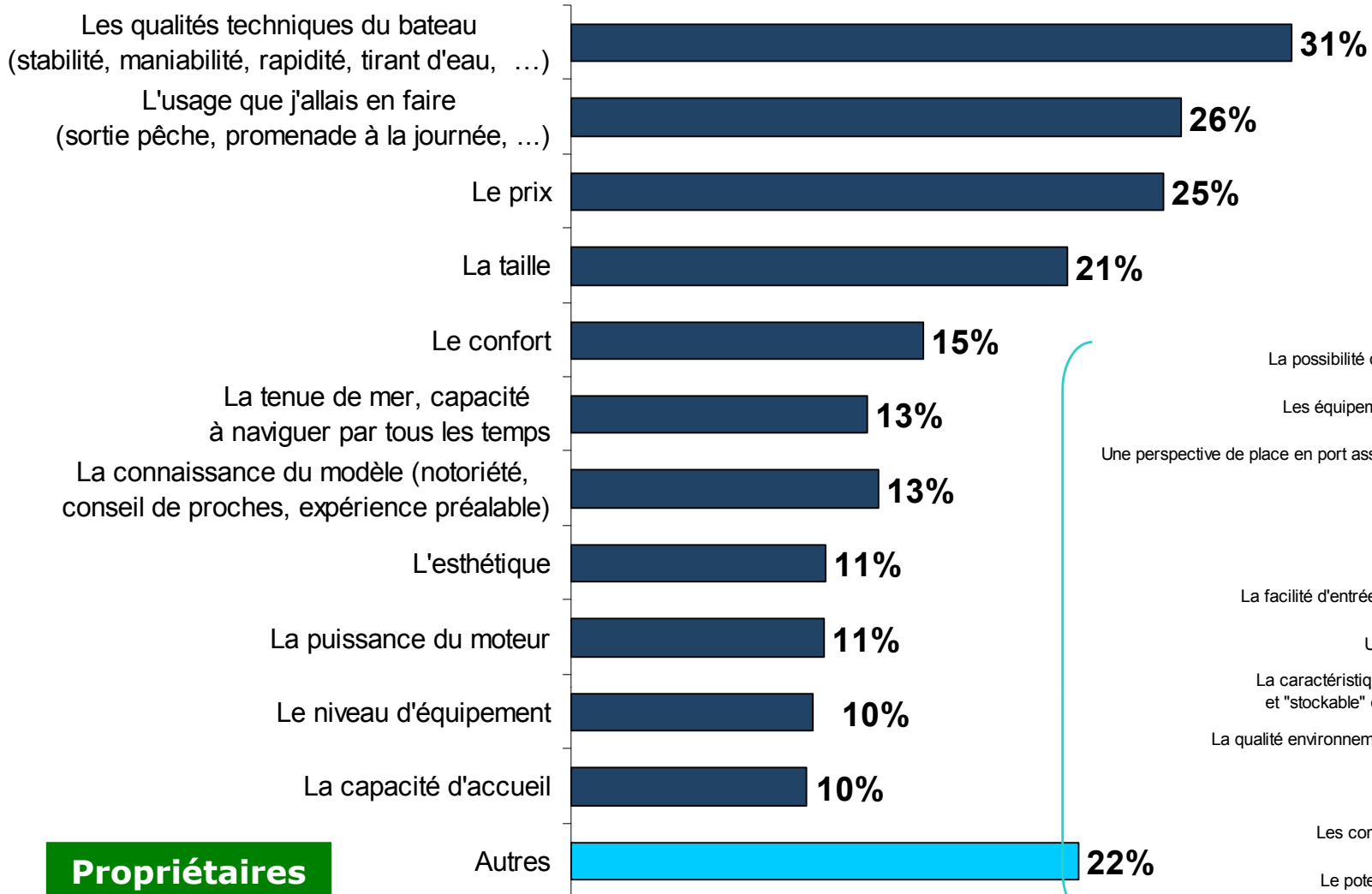
	Prix moyen du bateau seul (en €)
De 5 à 6 mètres	10 693
De 6 à 8 mètres	19 931
De 8 à 10 mètres	39 487
De 10 à 12 mètres	54 739
Plus de 12 mètres	127 229
Global	30 075

**Propriétaires
N = 292**

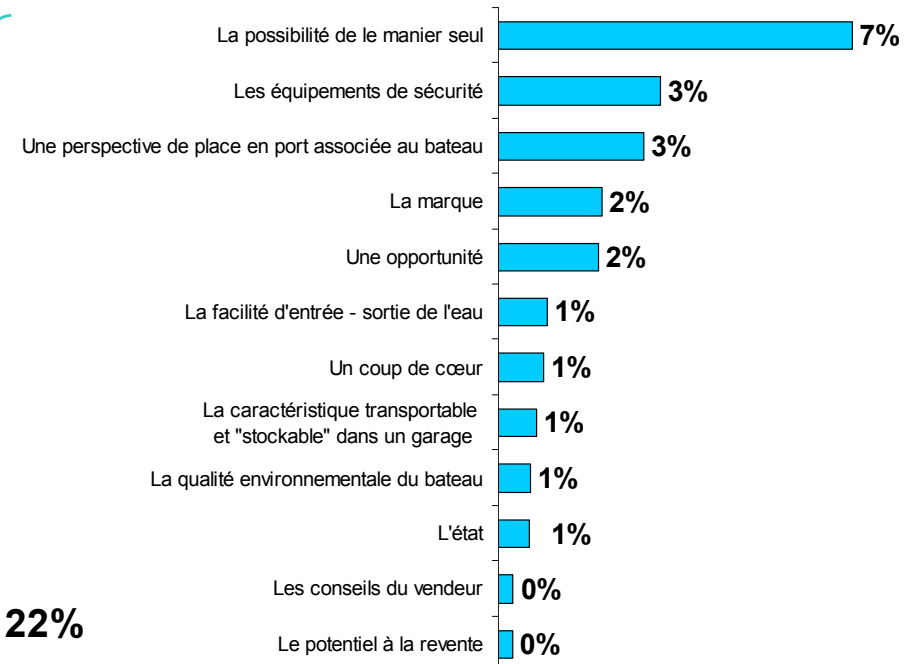
Prix (bateau seul) en €



Des critères de choix qui combinent qualités techniques, usage, taille et prix



**En moyenne,
2 réponses citées**



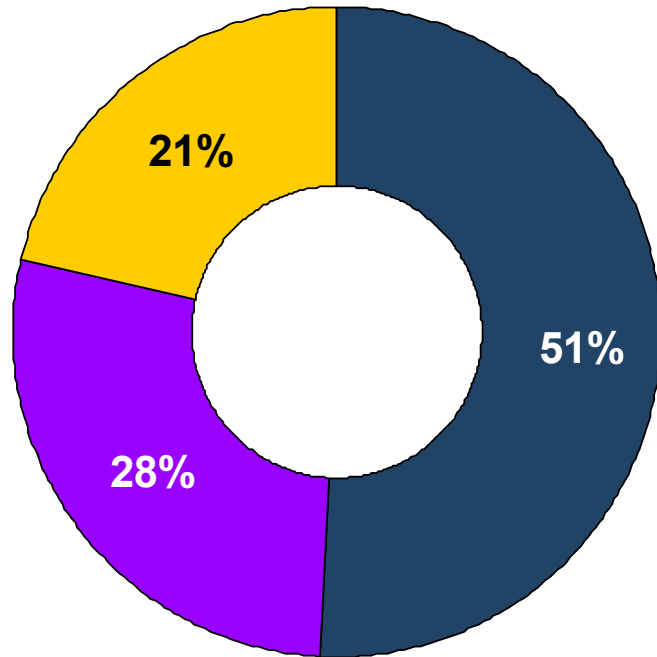
**Propriétaires
N = 292**

LA PRATIQUE HORS PROPRIÉTÉ



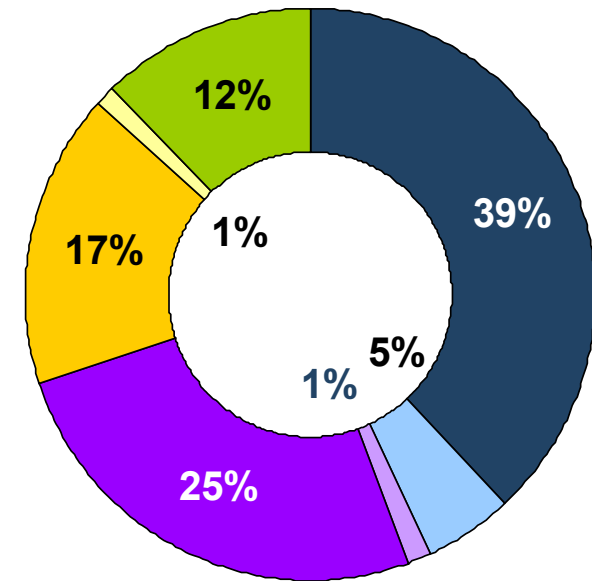
Pour la pratique hors propriété, une répartition voile - moteur à deux tiers / 1 tiers environ (avec 20% de plaisanciers panachant bateaux à voile et à moteur)

Et, comme pour la propriété, des bateaux essentiellement monocoques (7% de multicoques)



- Pratique sur des voiliers
- Pratique sur des bateaux moteurs
- Pratique indifféremment sur les deux

**Non-propriétaires
+ Propriétaires pratiquant
hors propriété
N = 631**



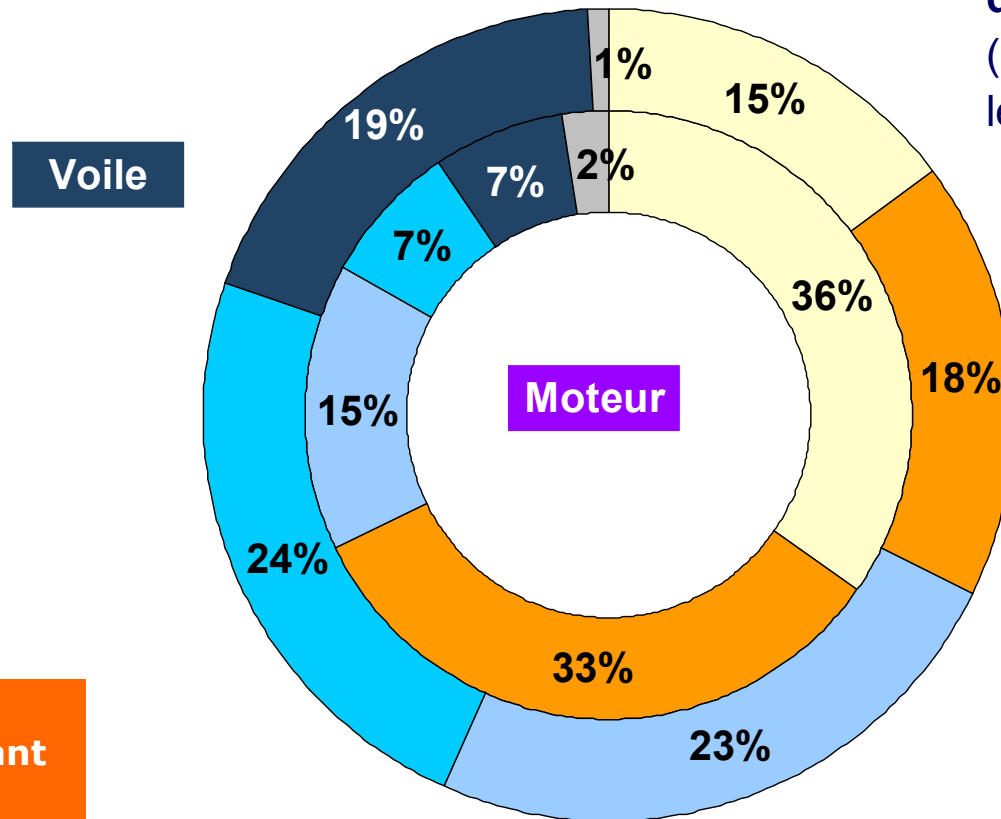
- Voilier - Monocoque
- Voilier - Multicoque
- Moteur - Multicoque
- Moteur - Monocoque
- Mixte moteur & voile - Monocoque
- Mixte moteur & voile - Multicoque
- Mono et Multicoques

**LA PRATIQUE
HORS PROPRIÉTÉ**

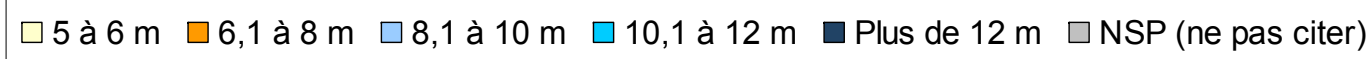


Comme pour la propriété, une confirmation de la prédominance des petites unités (67% des bateaux utilisés font moins de 10 m) avec un net clivage voile / moteur,

mais l'apparition de bateaux de taille importante (en particulier en lien avec les offres packagées et stages)



**Non-propriétaires
+ Propriétaires pratiquant
hors propriété
N = 631**



LA PRATIQUE HORS PROPRIÉTÉ



Une pratique hors propriété d'abord dictée par l'opportunité

En cas de choix réel du bateau, celui-ci se construit sur une somme de critères, sans prépondérance forte

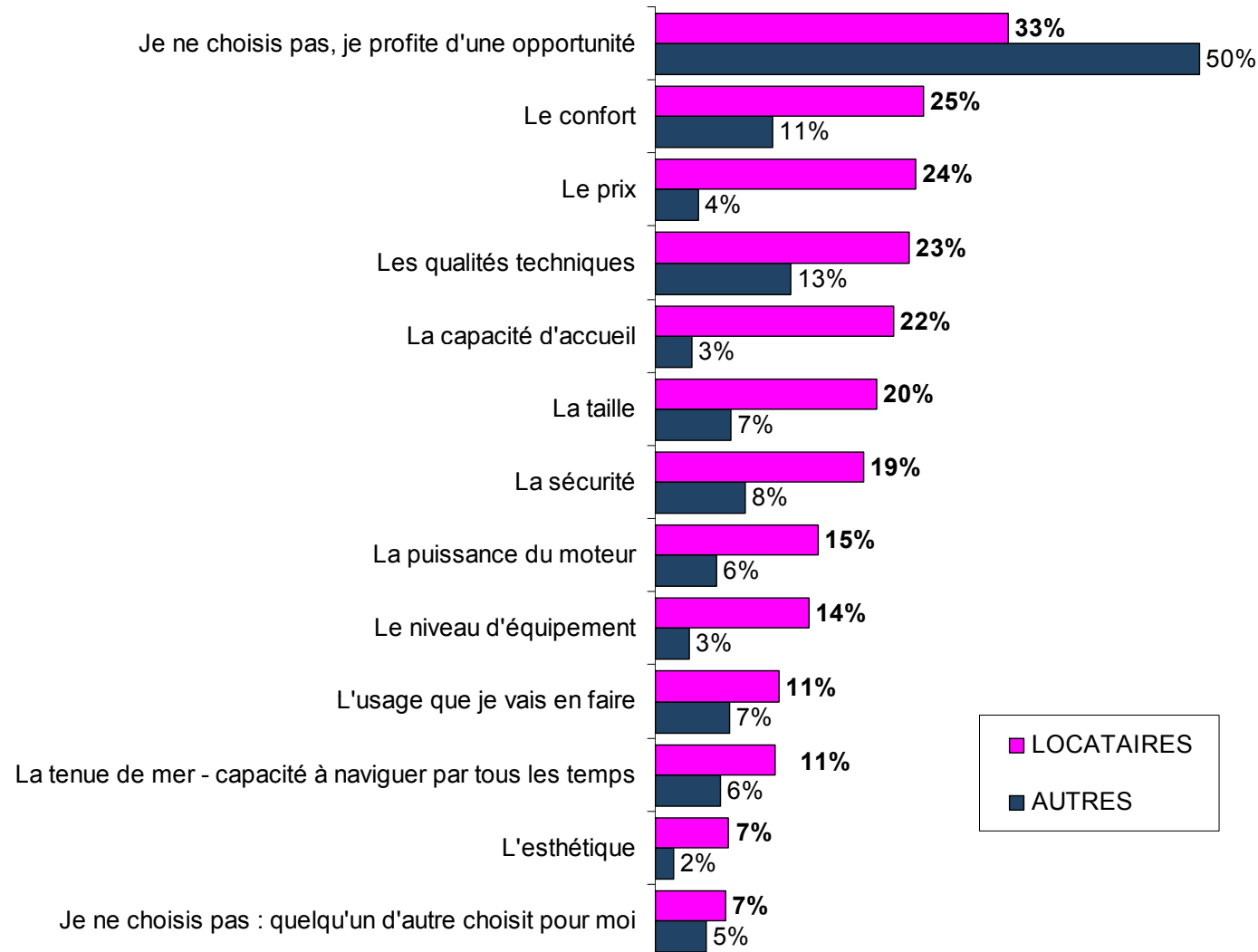


**Non-propriétaires
+ Propriétaires pratiquant
hors propriété
N = 631**

**LA PRATIQUE
HORS PROPRIÉTÉ**



Chez les plaisanciers louant des bateaux, l'impact de l'opportunité est logiquement moins fort, ce qui laisse apparaître les autres critères, avec un équilibre entre eux



**Non-propriétaires
+ Propriétaires pratiquant
hors propriété
N = 631**

Les données collectées auprès des propriétaires sur leur bateau, rejoignent celles collectées sur les pratiques hors propriété :

- **Léger avantage pour la plaisance sur des bateaux à voile par rapport à la plaisance sur des bateaux à moteur**
 - 55% pour la voile contre 45% pour le moteur sur la propriété
 - 51% pour la voile contre 28% pour le moteur et 21% de mixte, pour la pratique hors propriété
- **Pénétration encore faible des multicoques** (environ 6% des bateaux utilisés)
- **Confirmation de la prédominance des petites unités**

Sur le périmètre de la pratique de la plaisance sur des bateaux de plus de 5 m que nous nous sommes donnés,

- 84% des bateaux détenus par les propriétaires font entre 5 et 10 m
 - 67% des bateaux utilisés pour la pratique hors propriété font entre 5 et 10 m
- **Et du clivage voile / moteur en termes de taille des bateaux**

Les bateaux à moteur représentant fortement le segment des moins de 6 m (69% des bateaux en propriété et 36% des bateaux utilisés pour la pratique hors propriété)



Le parc actuel de bateaux propriétaires est :

- **Assez ancien** (80% de bateaux construits avant 2000 - âge moyen des bateaux de 23 ans)
- **Marqué par une accession via le marché de l'occasion (62%),**
et donc **auprès de particuliers (45%)**
- **Réparti en termes de prix d'acquisition** (bateau seul) avec **une médiane à 15 000 €**
(la moitié du parc au-dessus et la moitié du parc en dessous) et **une moyenne à 30 000 €**
 - La corrélation taille du bateau - prix du bateau étant manifeste.

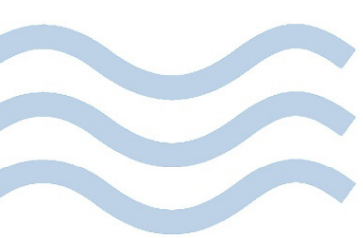
Les critères de choix d'un bateau faisant apparaître :

- **Pour les propriétaires, un choix raisonné valorisant les qualités techniques (31%)**
en lien avec l'usage (26%), puis le prix (25%) et la taille (21%)
- **Pour les locataires, un choix mixant divers éléments** : confort (24%), prix (23%),
qualités techniques (23%), capacité d'accueil (21%), taille (20%), sécurité (19%)
- Pour les autres, une **logique d'opportunité qui prévaut sur un choix de bateau (51%)**.



2 (Segmentation comportementale des plaisanciers

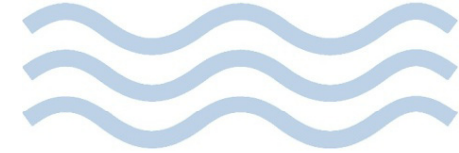
- Issue de l'enquête quantitative
- Issue de l'enquête qualitative



1 **Segmentation des plaisanciers issue de l'enquête quantitative**

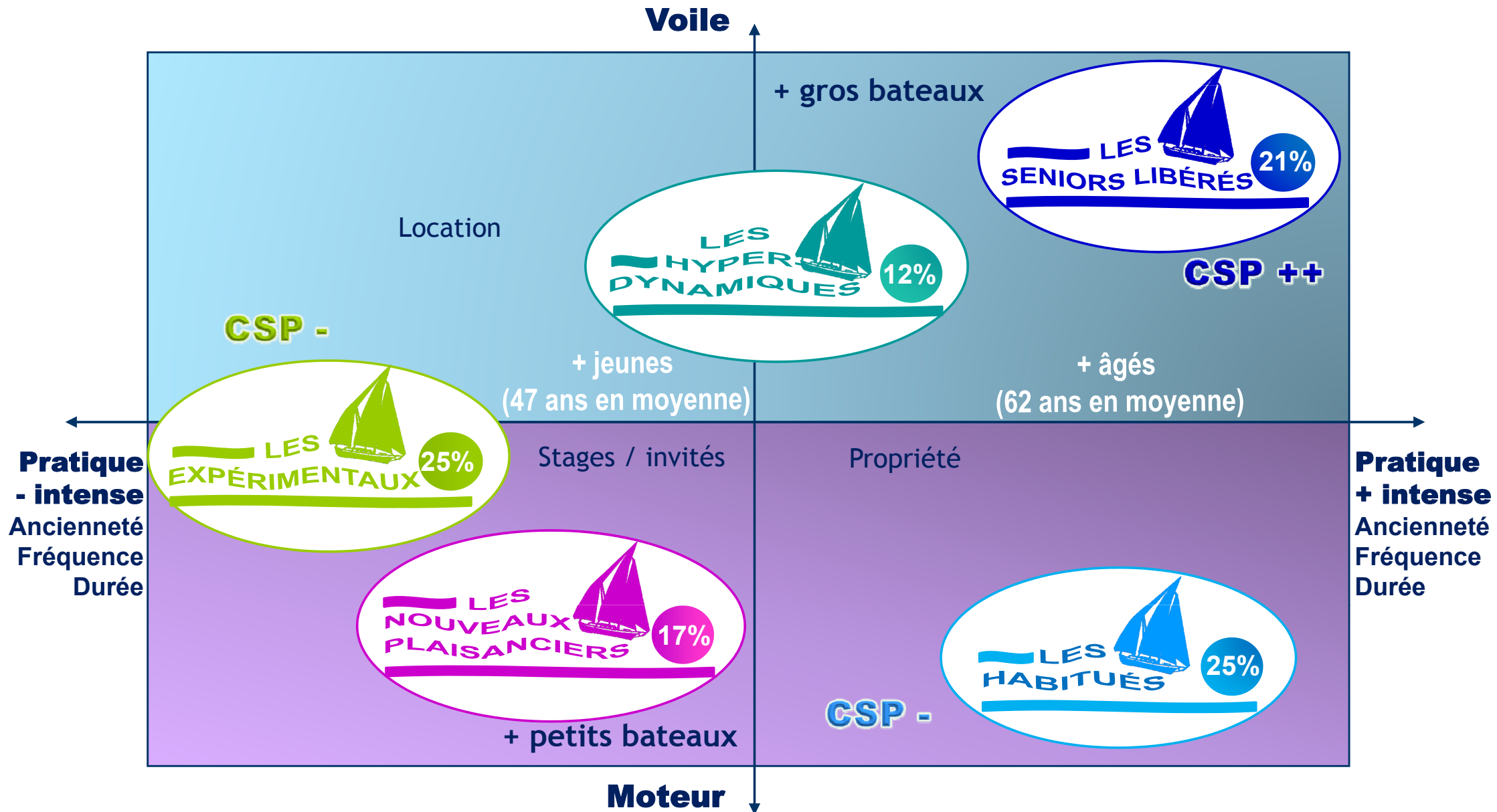


L'étude menée auprès des 800 plaisanciers permet d'établir une typologie de clientèle :



- La **richesse de l'information** (mixant questions de "profilage" socio-démographique et questions comportementales) mais aussi la **volumétrie de l'enquête** (800 interviews sur une cible circonscrite) permettent, en effet, de mener des analyses statistiques spécifiques et d'identifier des segments de plaisanciers.
 - Les modèles statistiques permettent de **regrouper des plaisanciers aux comportements homogènes** et les analyses, conduites ensuite, de **donner du sens à ces regroupements faits par les modèles**.
 - On s'attache enfin à "résumer" ces logiques comportementales complexes (s'exprimant sur une somme de variables indépendantes) en **nommant les groupes issus des analyses**.
- Au-delà de sa dimension communicante, cette typologie peut permettre :
 - **une meilleure compréhension des différents segments** de plaisanciers,
 - **et une appropriation facilitée** pour les différents interlocuteurs appelés à utiliser ces résultats,
 - **avec une valeur opératoire** permettant d'initier **des réflexions et des actions** à destination de cette cible.

Un découpage de la cible plaisanciers en 5 groupes





LES SENIORS LIBÉRÉS 21%

■ Profil socio-économique et mode de vie

- C'est le groupe **le plus âgé**, avec une moyenne d'âge de 63 ans (*versus* 54 ans en moyenne pour la population des plaisanciers), et une population de plus de 50 ans significativement sur-représentée, en particulier la tranche 60-69 ans qui est de 10 points plus importante dans ce groupe que dans la moyenne des plaisanciers,

Concentrant logiquement une **plus grande proportion de retraités** (63% contre 42%) qui, lorsqu'ils étaient en activité avaient une **CSP plus élevée** que la moyenne des plaisanciers retraités (32% de cadres / hauts fonctionnaires et professions libérales contre 17%),

Avec des **revenus plus élevés que la moyenne** (revenu moyen autour de 3 600€ contre 2 870€ pour la moyenne des autres plaisanciers).
- Une situation socio-économique favorable qui se traduit par une **plus forte proportion de résidences secondaires** dans ce groupe (38% en possèdent contre 28% en moyenne pour les plaisanciers),

Et dans les habitudes de vacances : un groupe pour lequel le **taux de départs en vacances est élevé** (8,1 départs contre 5,5 en moyenne, les positionnant comme le deuxième groupe partant le plus), et qui se singularise par son intérêt pour **l'itinérance**, en France ou à l'étranger.
- Ces seniors sont plutôt résidents du **Bassin Parisien** (hors Ile-de-France) (23% contre 14% en moyenne) et du **Sud-Est** (15% contre 10% en moyenne) ; ils sont un peu plus nombreux que les autres plaisanciers dans des **départements "intérieurs"** (58% contre 52% en moyenne), et dans des **petites communes** (32% contre 25% en moyenne). Ils reflètent ainsi la logique de changement de résidence pour une nouvelle résidence au soleil ou à l'écart des agglomérations, fréquente avec le départ à la retraite.
- Leur proximité à la mer reste réelle par une **plus forte proportion de résidences secondaires dans des départements littoraux** (13% versus 9% pour la moyenne des plaisanciers).





LES SENIORS LIBÉRÉS 21%

■ Pratique de la plaisance

- Les seniors libérés se distinguent des autres groupes par une **pratique ancienne et intensive de la plaisance**, qui se manifeste de plusieurs façons :
 - Ce groupe rassemble une **plus forte proportion de propriétaires** que la moyenne (46% contre 37%), ainsi que de **plaisanciers membres d'un club** (25% contre 14%).
 - La pratique de la propriété est pérenne dans ce groupe : la **multipropriété est plus élevée** que dans les autres groupes (17% possèdent deux bateaux versus 7,5% pour la moyenne des autres propriétaires) et ces plaisanciers sont beaucoup **plus nombreux que les autres** à avoir eu précédemment **d'autres bateaux** (82% contre 42% pour les autres propriétaires).
 - Nombreux à posséder un "permis bateau", ils se distinguent **par une propension à la navigation hauturière** (22% possèdent le permis niveau hauturier, contre 14% en moyenne).
 - Ce sont des plaisanciers **très actifs**, dont 3/4 pratiquent plusieurs fois par an (contre 62% en moyenne indiquant cette fréquence) ; ce groupe concentrant les plaisanciers qui "sortent" le plus (45% pratiquent plus de 30 jours par an, vs 33% en moyenne).
 - Ce sont, enfin, des **plaisanciers de longue date**, la **très grande majorité (91%) naviguant depuis plus de 20 ans**, alors qu'en moyenne, seuls 51% des plaisanciers interrogés ont cette ancienneté.
- En termes de saisonnalité, ils se distinguent des autres plaisanciers par une pratique significativement **moins l'été** (64% contre 76% en moyenne), et inversement plus soutenue à l'automne et au printemps. Par conséquent, ils pratiquent indifféremment durant et hors période scolaire.
- Ces plaisanciers sont des **itinérants qui apprécient plus que les autres les longs séjours** (26% pour ce groupe vs 10% en moyenne effectuant des séjours de plus d'une semaine).
- Leurs motivations sont très liées à **l'élément mer** (plaisir d'être sur l'eau et communication avec la nature) et à la **navigation proprement dite** (plaisir de la technique), ainsi qu'à la **découverte** (en relation avec leurs habitudes de vacances, hors plaisance).





■ Pratique de la plaisance (suite)

- Les plaisanciers de ce groupe se distinguent enfin par les caractéristiques des bateaux utilisés :
 - Ils naviguent **massivement sur des bateaux à voile** (79% pratiquant la voile vs 49% en moyenne).
 - Ils sont proportionnellement **plus nombreux que les autres à naviguer sur des bateaux de plus de 8 mètres** (cf. clivage voile / moteur signalé ci-avant sur la taille des bateaux)
 - les tranches 8-10m et 10-12m sont significativement plus représentées chez les propriétaires de ce groupe que chez les propriétaires des autres groupes : respectivement 43% vs 18% et 31% vs 14%).
 - La pratique hors propriété (des propriétaires ou non propriétaires), montre également une utilisation significativement plus élevée de grands bateaux (8-10m, 10-12m et plus de 12m).
 - Les propriétaires de ce groupe ont, plus que la moyenne des plaisanciers propriétaires, acquis des **bateaux neufs** (49% versus 37%).
 - En relation avec leur motivations pour pratiquer la plaisance, ils ont choisi leur bateau sur des critères **liés à la navigation** (tenue en mer, niveau d'équipement et de sécurité en particulier), tout en privilégiant **le confort**.





■ Profil socio-économique et mode de vie :

- C'est le groupe **le plus masculin** : 71% d'hommes (pour une moyenne à 63%).
- Ils sont, comme le premier groupe, **plus âgés que la moyenne** (62 ans vs 54 ans) et concentrent **la tranche d'âge des plus de 70 ans** (46% dans ce groupe contre 28% en moyenne),
Avec une **forte proportion de retraités** (58% contre 42% pour la moyenne des plaisanciers).
- Les CSP des actifs et l'ex-CSP des retraités sont proches de la moyenne. Et cette population se caractérise, de fait, par des **revenus intermédiaires** : 31% indiquent un revenu entre 3 000 et 4 500€ (contre 25% en moyenne), et ils sont **moins nombreux que la moyenne à disposer de revenus au-delà de 4 500€** (7,5% se situent dans les 3 tranches supérieures contre 19% des plaisanciers en moyenne).

Au final le **revenu moyen de ce groupe est le plus faible** (autour de 2 600€).
- Les vacances y sont moins fréquentes que pour la moyenne des plaisanciers : c'est le groupe qui présente le **taux de départs dans les douze derniers mois le plus faible** (3,2 départs). Et les partants vont moins que les autres aux sports d'hiver et à l'étranger, la raison étant sans doute la combinaison de l'âge et de faibles revenus.
- Ces plaisanciers résident majoritairement dans **l'ouest de la France** (Ouest : 23% contre 19% en moyenne, Sud-Ouest : 18% contre 12% en moyenne), et sont moins représentés en Ile-de-France (10% vs 17%). Ils sont légèrement plus nombreux que la moyenne (30% vs 25%) dans des **petites communes**.



■ Pratique de la plaisance

- Comme le groupe des seniors libérés, les plaisanciers de ce groupe **pratiquent intensivement et depuis longtemps la plaisance** :
 - Ce groupe concentre des **plaisanciers de longue date** (80% naviguent depuis plus de 20 ans contre 51% en moyenne),
 - La fréquence de pratique de la plaisance est **supérieure à la moyenne** : plusieurs fois par an (70% versus 62% en moyenne), plus de 30 jours par an (47% versus 33% en moyenne),
 - C'est le groupe qui concentre **le plus de propriétaires** (62% versus 37%) et en particulier de **propriétaires purs** (43% contre 21% en moyenne), qui possèdent majoritairement **un seul bateau**, celui-ci étant plutôt le premier (41% de premier bateau contre 36% en moyenne).
- En revanche, ils sont plus "sédentaires" ou "côtiers" dans leur pratiques :
 - Ce sont des **excursionnistes qui sortent quelques heures ou à la journée** (respectivement 48% vs 37% en moyenne et 64% vs 54% en moyenne),
 - Plus que la moyenne, ces plaisanciers naviguent en **France métropolitaine** et, à l'opposé, moins en Outre-Mer et à l'étranger.
- Ils se distinguent des autres plaisanciers par une **plus forte propension à sortir seuls** (17% d'entre eux contre 10% pour la moyenne des plaisanciers).
- Au-delà des motivations communes, ils se distinguent des autres groupes par une envie encore plus forte que la moyenne d' **"être en communion avec la nature et les éléments"** (82% vs 77%) et, par ailleurs, par la pratique un peu plus marquée de la **pêche** (59% contre 50% en moyenne).





■ Pratique de la plaisance (suite)

- Ce groupe se distingue fortement du premier par le type de bateaux utilisés :
 - 47% pratiquent le **motonautisme** (contre 31% en moyenne et, pour rappel, 7% pour le premier groupe) et seulement 39%, la voile (soit 10% de moins que la moyenne).

Sur des bateaux de petite taille

- 56% des propriétaires de ce groupe possèdent des bateaux de 5 à 6m (44% pour la moyenne des plaisanciers) ; à l'opposé toutes les tailles au-delà de 6 mètres sont sous-représentées.
- La pratique hors propriété (des propriétaires ou non propriétaires), montre également une utilisation significativement plus élevée de petits bateaux.
- En conséquence de leur logique motonautisme, ce sont **les plus nombreux à posséder un permis** (10% de plus que la moyenne), celui-ci étant **majoritairement côtier** (30% pour ce groupe contre 20% pour la moyenne des plaisanciers), en relation avec la durée de leur sortie.
- Les critères qui ont joué lors de l'achat du bateau sont la possibilité de le manier seul, l'usage prévu, ainsi que la connaissance du modèle.





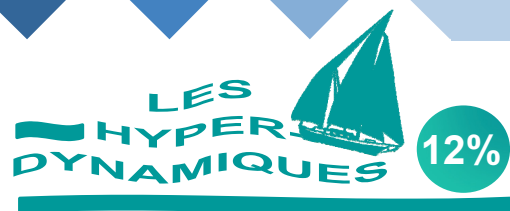
■ Profil socio-économique et mode de vie

- C'est le **deuxième groupe le plus jeune** (47 ans en moyenne), car il sur-représente **fortement les 30-39 ans** (21% versus 9%). Avec un profil un peu plus masculin que la moyenne (71%),
- Ces plaisanciers sont de **CSP moyennes à élevées** avec plus de **cadres/hauts fonctionnaires** (36% vs 12%) et **employés / fonctionnaires** (21% vs 15%) que la moyenne ; c'est par ailleurs le groupe qui comprend **le plus d'actifs** (31% seulement de retraités contre 42% en moyenne).

Ces éléments le plaçant comme **deuxième groupe en termes de revenus** (revenu moyen autour de 3 200€ contre 3 000€ pour la moyenne des autres plaisanciers).

- Bien qu'assez jeunes, une forte proportion **possède une résidence secondaire** (36% vs 28% en moyenne).
- Un groupe en "**mouvement**", avec un **taux de départs en vacances au cours de l'année très élevé** : 10,8 départs en moyenne, et qui, de façon un peu symbolique, affectionne beaucoup plus que les autres les sports d'hiver (loisir actif et coûteux) (65% partent au ski contre 46% en moyenne)
- En termes de lieu de résidence, ils se partagent entre la Méditerranée (27% contre 16% pour la moyenne des plaisanciers) et l'Ile-de-France (23% vs 17%).





■ Pratique de la plaisance

- Ce groupe montre une **proportion élevée de locataires** : 36% (soit près de 15% de plus que la moyenne) ; par ailleurs c'est le deuxième groupe ayant le moins de propriétaires ; en revanche, ces derniers avaient très majoritairement d'autres bateaux auparavant.
- La location leur donne facilement accès à **une pratique mixte** : 40% d'entre eux naviguent indifféremment sur des bateaux à voile et des bateaux à moteur (contre 20% en moyenne).
 - Les possesseurs de permis (proportion équivalente à la moyenne) ont majoritairement franchi le cap du **"hauturier"** (21% vs 14% en moyenne)
- Ce sont les plus intermédiaires en termes d'ancienneté de la pratique, ce groupe rassemblant plus que les autres les plaisanciers qui pratiquent depuis 10-20 ans, très clairement en relation avec sur-représentation des 30-39 ans.
- Ils se discriminent peu de la moyenne en termes de fréquence et de durée de pratique, faisant de la plaisance **tout aussi bien épisodiquement que très régulièrement**. Toutefois, parmi les 3 groupes **les plus jeunes et les plus récents, c'est celui où l'on retrouve le plus de plaisanciers naviguant plus de 30 jours par an** (38% comparé à 8% pour le groupe des expérimentaux et 34% pour le groupe des nouveaux plaisanciers, cf. ci-après)
- Ils se distinguent également par une **pratique hors saison marquée** : ils font du bateau moins que les autres plaisanciers en été (68% vs 76%) et, à l'opposé, beaucoup plus en hiver que la moyenne (8% vs 4%) ; ce qui se retrouve dans leur **prédilection pour les courts séjours, week-end ou week-end prolongés** (29% contre 13% pour la moyenne des plaisanciers), et est peut être lié à la forte proportion de résidents dans la zone Méditerranée et/ou à leur pouvoir d'achat.





■ *Pratique de la plaisance (suite)*

- Leurs motivations vis-à-vis de la plaisance sont multiples, mais toujours dans une **logique de rupture** :
 - Davantage que les autres ils aspirent à "**se ressourcer, se couper du quotidien**" (91% vs 86% en moyenne).
 - 16% d'entre eux naviguent pour **s'entraîner en vue de compétition** alors qu'ils ne sont que 8% en moyenne chez les autres plaisanciers, et 63% pour pratiquer **d'autres activités nautiques** (contre 44% en moyenne).
 - Ils attendent de la plaisance de **vivre des sensations fortes** (58% contre 44% en moyenne) et pour certains **une expérience en solitaire** (16% dans ce groupe, 8% en moyenne pour les autres groupes).
 - La navigation est également pour 75% d'entre eux **l'occasion de découvertes** (67% en moyenne).
- Ces plaisanciers naviguent sur des **bateaux plus grands que la moyenne**, à la fois chez les propriétaires (plus de 12m sur-représentés avec 41% contre 14% en moyenne), et dans la pratique hors propriété : tranches 8-10m, 10-12m et surtout plus de 12m significativement plus représentées (respectivement 37% vs 29%, 34% vs 24% et 41% vs 20%).
- Le **choix des bateaux est réel** (28% seulement indiquent ne pas choisir – par effet d'opportunité – contre 50% en moyenne) et se fait sur **des critères techniques** : taille, qualité technique, tenue en mer, niveau d'équipement, usage prévu,... et également sur **le confort**.
- En lien sans doute avec leur lieu de résidence, ils naviguent majoritairement et davantage que les autres en **Méditerranée** (55% vs 40%).





■ Profil socio-économique et mode de vie :

- Ces plaisanciers sont **également jeunes** (47 ans en moyenne) ; ce groupe présentant une proportion significativement plus importante de 18-29 ans (20% contre 15%), et représentatif de la population des plaisanciers en termes de sexe (66% d'hommes et 34% de femmes).
- En lien avec leur âge, ils sont plus actifs (avec seulement 23% de retraités contre 42% en moyenne) mais sont en revanche **peu caractérisés en termes de CSP**, montrant à la fois plus de cadres / hauts fonctionnaires que la moyenne (16% vs 12%), d'employés / fonctionnaires (20% vs 15%) mais également d'ouvriers (20% vs 11%). De ce fait, le groupe montre peu d'écart à la moyenne en termes de revenus moyens (revenu moyen autour de 2 900€ et 3 000€ pour la moyenne des autres plaisanciers).
- Ces plaisanciers **partent peu en vacances** : 3,6 départs dans l'année passée (5,5 départs en moyenne) ; ils sont alors plus sédentaires, montrant une plus grande préférence pour les **vacances à l'hôtel ou en club** (48% contre 34% pour la moyenne des plaisanciers).
- Ils résident proportionnellement plus que la moyenne dans les **département littoraux** (60% d'entre eux vs 48% en moyenne) ; en particulier dans la zone Méditerranée (22% contre 16% en moyenne).
- L'existence de ce groupe traduit une **démocratisation de la plaisance**, qui devient une activité de loisirs de proximité et non plus uniquement d'initiés, pour des actifs de CSP intermédiaires.





■ Pratique de la plaisance

- Assez proches de la moyenne, ces plaisanciers sont « **multi-pratiques** », avec toutefois une plus forte proportion d'invités (74% vs 62% en moyenne)
- Ils sont en revanche **caractérisés par le type de bateaux utilisés** : une **forte tendance au motonautisme** (45%), les plaçant comme le deuxième groupe sur ce type de bateaux, et, à l'opposé, en **retrait sur la pratique de la voile** (20% contre 49% en moyenne).
- Les propriétaires de ce groupe sont plus que les autres des **primo-accédants** (60% contre 27% pour la moyenne des autres propriétaires) ; très peu d'entre eux sont multi-propriétaires et leurs bateaux sont en majorité de **petite taille** (61% de 5-6m dans ce groupe vs 44%), achetés d'occasion dans 75% des cas (62% d'achats d'occasion parmi l'ensemble des plaisanciers). Ils se sont davantage intéressés **au prix** (c'est un critère de choix du bateau pour 42% d'entre eux, la moyenne des acquéreurs le citant à 25%) ainsi qu'à la **puissance du moteur** (27%, vs. 11% en moyenne, l'indiquent comme un critère à l'achat).
- C'est le **deuxième groupe le plus récent** dans la plaisance : significativement plus d'expériences entre 2 et 10 ans (51% contre 29% en moyenne), et à l'opposé une faible proportion de plaisanciers anciens (27% pratiquent depuis plus de 20 ans contre 50% en moyenne).
- Un groupe peu discriminé, par rapport à la moyenne, sur la fréquence de pratique, mais effectuant très majoritairement des **excursions d'une journée** et dans une moindre mesure des **courts séjours** (une semaine ou moins).
- Leur motivation pour la plaisance est moins la navigation que la **rupture avec le quotidien**, qui passe par la pratique **d'autres activités en lien avec la mer** : ces plaisanciers se livrent très fortement aux activités nautiques (73% vs 44% pour la moyenne des plaisanciers) et dans une moindre mesure à la pêche (60% déclarent pratiquer cette activité contre 50% en moyenne).





■ Profil socio-économique et mode de vie

- Ce groupe est **significativement plus féminin** que la moyenne (50% contre 37%)
- Et également **plus jeune** : la proportion de la tranche la plus jeune (18-29 ans) y est double (31% de cette tranche d'âge dans le groupe, contre 15% en moyenne) et, dans une moindre mesure, la tranche 30-39 ans y est également sur-représentée par rapport à la moyenne (13% contre 9%), avec au final, **l'âge moyen le plus faible** (46 ans pour une moyenne à 54 ans).

On y retrouve logiquement davantage de célibataires et d'**étudiants/apprentis** que la moyenne (respectivement 37% contre 23% en moyenne et 16% vs 7% en moyenne)

- Outre les étudiants, les plaisanciers de ce groupe sont plutôt **de CSP moyenne** : significativement plus d'employés / fonctionnaires, à la fois dans la population active actuelle (19% contre 15% en moyenne) que dans la population de retraités (58% avaient ce statut lorsqu'ils étaient en activité, contre 38% en moyenne pour les plaisanciers retraités).

Le tout induisant des **revenus plutôt faibles** (revenu moyen autour de 2 70 0€ contre 3 100 € pour la moyenne des autres groupes et tranches de revenus inférieurs à 1 500 € sur-représentées).

- Conséquence des données socio-démographiques, ce groupe concentre plus particulièrement les plaisanciers qui **n'ont pas de résidence secondaire** (83% contre 72% en moyenne) et qui **partent moins fréquemment** en vacances que la moyenne (4 départs dans les 12 derniers mois contre 5,5 en moyenne) et, plus que les autres, pour des **destinations campagne ou moyenne montagne** (65% dans ce cas contre 56% en moyenne).
- Enfin, ces plaisanciers sont répartis sur tout le territoire, montrant toutefois par rapport à la moyenne une proportion plus forte de personnes résidant dans le Nord (9% vs 5%) et dans l'agglomération parisienne (16% dans ce groupe contre 11% en moyenne).





■ Pratique de la plaisance

- Ce groupe s'oppose assez fortement aux deux premiers (seniors libérés et habitués) en termes de contexte et de modalités de la pratique de la plaisance : pratique plutôt **épisodique et d'opportunité**.
 - On y trouve **très peu de propriétaires** (8% contre 36% en moyenne, et pour rappel 46% dans le groupe de "seniors libérés"), mais en revanche plus qu'ailleurs des **stagiaires** (11% vs. 7%) et des **invités** (69% vs. 62%).
 - **Ils naviguent beaucoup moins** que les autres plaisanciers : 32% font de la plaisance 1 fois par an (21% en moyenne) et 41% seulement plusieurs fois par an (62% en moyenne), pour un **nombre de sorties inférieur** à la moyenne (34% d'entre eux pratiquent moins de 8 jours par an contre 17% en moyenne et, à l'opposé, les plaisanciers sortant plus de 30 jours par an sont significativement sous-représentés : 8% contre 33%).
 - Ces sorties sont l'occasion de **courtes excursions** (50% indiquent partir pour quelques heures contre 37% en moyenne), les sorties d'une journée ou au-delà étant sous-représentées dans ce groupe.
 - Logiquement, ils sont plus nombreux que la moyenne à **ne pas posséder de permis** (21% en sont détenteurs contre 48% en moyenne).
- À l'opposé également des groupes de seniors en termes d'ancienneté de la pratique, avec une sur-représentation des **plaisanciers récents** (8% pratiquent depuis moins d'un an contre 2% en moyenne, 28% entre 2 et 5 ans vs 12% en moyenne, 33% vs 17% entre 6 et 10 ans).
- C'est le groupe que l'on rencontre **le plus souvent l'été** (87% naviguent l'été alors que 62% des autres plaisanciers naviguent à cette saison).
- Leurs motivations se distinguent peu par rapport à la moyenne, si ce n'est une plus forte proportion "recherche des sensations fortes" (52% versus 44% en moyenne).





■ *Pratique de la plaisance (suite)*

- Ces plaisanciers montrent une proportion identique à la moyenne de pratique sur des bateaux à voile (un peu plus de 50%), mais en revanche une **proportion plus importante de motonautisme** que la moyenne (36% contre 28%) et une **plus faible proportion de pratique mixte** (12% contre 22%).
- Ils naviguent sur **des bateaux plus petits** : 43% pratiquent sur des bateaux de 5 à 6 mètres (soit près de 10% de plus que la moyenne des plaisanciers).

Le choix des bateaux utilisés se faisant plus "en négatif" : ils profitent des opportunités qui se présentent à eux plus qu'ils ne choisissent. C'est pourquoi ils sont moins nombreux que les autres à choisir les bateaux pour leurs qualités techniques, leur tenue en mer et leur niveau d'équipement.



Les seniors libérés 21% de la cible

Des retraités aisés, libérés de toutes contraintes professionnelles et financières, pouvant s'adonner intensivement à leur passion de toujours pour la voile, la navigation au long cours, sur leur propre bateau, et la découverte de nouvelles régions / pays.



Les hyper-dynamiques 12% de la cible

Des plaisanciers plus jeunes et actifs aux revenus intermédiaires, déclinant la logique "jeunes cadres dynamiques" dans leurs vacances, nombreuses et sportives, et, de fait, leur pratique de la plaisance (la plus intensive, au sein des plus jeunes).



Les habitués 25% de la cible

Des retraités moins aisés qui pratiquent la plaisance comme un hobby, un loisir individuel du quotidien, sur leur bateau moteur : sorties fréquentes mais de courte durée ... qui font de ces plaisanciers des habitués des ports et des pontons.



Les nouveaux plaisanciers 17% de la cible

Des plaisanciers plus jeunes, au profil socio-démographique intermédiaire, traduisant la démocratisation de la plaisance (ou tout du moins du moto-nautisme), qui peut également être une activité de loisirs de proximité, en particulier si elle est couplée avec d'autres activités : sports nautiques ou pêche et peut conduire à l'achat d'un bateau.



Les expérimentaux 25% de la cible

Des plaisanciers plus jeunes, qui expérimentent la plaisance, comme une activité possible parmi d'autres, celle-ci pouvant entrer en concurrence avec d'autres opportunités de vacances (car ils partent peu et consomment globalement moins).





2 Segmentation des plaisanciers issue de l'enquête qualitative

■ Les objectifs de la phase qualitative conduite sur la base de réunions de groupe étaient les suivants :

- Explorer des pistes d'évolution et d'amélioration des ports
 - Nouvelles organisations des ports (rompre avec les schémas actuels)
 - Services à développer, nouveaux services à proposer
- Identifier les objections, les freins au changement
- Identifier les voies les plus pertinentes en termes d'acceptation ou d'attractivité pour les plaisanciers
- Déterminer les consentements à payer

Le tout dans une **approche dynamique et prospective**.

■ Pour ce faire, et au vu des tendances ressorties de l'analyse quantitative, cette exploration a été conduite auprès de **3 profils discriminés de plaisanciers**.

- Cette segmentation *a priori*, naturellement simplificatrice, s'est présentée comme une opportunité de **balayer des approches singulières et complémentaires de la plaisance** ;
- L'expérience croisée de ces profils garantissant la **couverture du champ le plus large en termes d'attentes et de besoins en matière d'aménagement et d'offres portuaires**, et de **niveaux d'acceptation à des alternatives à une place de port**.



Groupe 1 : une approche de la plaisance sur ➔

Le mode passion

■ Un groupe composé de personnes qui ont une pratique importante et variée de la plaisance

- Ils pratiquent dans des lieux très différents en France mais aussi à l'étranger, en location et sur leur propre bateau, sur des bateaux à voile et/ou à moteur, pour des séjours avec escales ou des sorties à la journée.



Un profil qui recouvre les "seniors libérés" et "hyper-dynamiques" identifiés lors de la phase quantitative.

■ Leur expérience leur confère

- Une connaissance panoramique de l'offre portuaire (différents ports d'escale voire un port d'attache)
- Une expérimentation des besoins et attentes liés à la vie en escale (en termes d'aménagements souhaités mais aussi de services associés ou devant être disponibles à proximité)
- Des points de comparaison des bonnes pratiques mises en place ailleurs

■ Une réunion conduite à Paris le 29 mai 2008

Groupe 2 : une approche de la plaisance sur ➔

Le mode local

■ Un groupe composé de propriétaires de bateaux de petite taille (voile ou moteur), qui résident dans un périmètre proche du port

- Ils ont un usage régulier de leur bateau tout au long de l'année, plutôt pour des sorties à la journée (pêche, balades).



A ce titre, ils rejoignent les "habitués" identifiés lors de la segmentation quantitative.

■ Leur pratique suscite des attentes en matière ...


- De services techniques
- D'accessibilité constante, facile et immédiate à leur bateau

■ Une réunion conduite à Saint-Malo le 3 juin 2008



Groupe 3 : une approche de la plaisance sur ➔

Le mode séjour

- Un profil composé de **propriétaires** (bateau à voile ou à moteur) qui ont un usage de leur bateau qui **s'apparente à celui de la résidence secondaire**
 - Attentes de confort plus que de technicité pour leur bateau, attente d'esthétique et d'animation du port, sorties à la journée et donc retour systématique au port d'attache.
- 

Ils rejoignent dans leur expression les "nouveaux plaisanciers" identifiés lors de la segmentation quantitative.
- **Leur pratique induit**
 - Une connaissance « intensive » du port d'attache comme lieu de vie
 - Une expérimentation des services et aménagements du port en lien avec la ville
 - Des attentes en termes d'accessibilité et d'esthétisme du port comme du bateau
- **Une réunion conduite à Lyon le 5 juin 2008**

Une segmentation *a priori* des profils qui s'avère être une clef d'analyse pertinente

- ✓ On distinguera ainsi souvent dans l'analyse les 3 profils :

Le mode passion

Le mode local

Le mode séjour

- ✓ Même si certaines réactions / perceptions / attentes sont communes à l'ensemble de la population des plaisanciers

Une approche qualitative qui complète et conforte les tendances et enseignements ressortis de la phase quantitative

- ✓ Parallélisme entre les profils qui ressortent des phases quantitatives et qualitatives

Pour cette cible, la plaisance fait partie intégrante de leur vie personnelle

Le mode passion

■ Ce sont des professionnels ou des retraités de CSP plutôt élevée

- Journaliste, chercheur, dirigeant de PME

■ Qui ont un rapport "vital" et continu à la plaisance

- Ils pratiquent la plaisance depuis leur enfance. Par la suite, les stages et invitations sur d'autres bateaux leur ont permis de perfectionner leur pratique.
- Ils ont consacré des périodes de leur vie exclusivement à cette pratique
 - Des périodes de break dans leur vie professionnelle pour faire de longues traversées de plusieurs mois
 - *"J'ai fait deux fois le tour du monde."*
 - Une expérience professionnelle en tant que marin, convoyeur.
 - *"Je suis parti pendant un an durant lequel j'ai convoyé des bateaux."*
- Et aujourd'hui, l'exercice de leur profession intègre toujours la plaisance
 - Leur bateau fait office de bureau sur l'eau grâce à l'équipement informatique et Internet
 - *"Je travaille 3 jours à Paris et le reste du temps sur mon bateau. Avec Internet, c'est tout à fait possible."*
 - Les déplacements professionnels se donnent comme une opportunité de découverte d'autres facettes de cette activité.
 - *"J'avais un séminaire à San Francisco. J'en ai profité pour louer un bateau sur une journée."*
 - *"Je suis photographe. Je m'arrange toujours pour faire du bateau lors de mes déplacements professionnels."*

Pour cette cible, la plaisance fait partie intégrante de leur vie personnelle (suite)

Le mode passion

■ Cette pratique intensive et continue conjuguée à des revenus confortables aboutit logiquement à la propriété d'un bateau

- La fréquence de leur pratique justifie et légitime l'acquisition de leur propre bateau
- Leur "programme de navigation" (notion continuellement rappelée) conditionne alors le choix du type de bateau
 - Pour beaucoup, leur appétence naturelle les a amenés à acheter des gros bateaux, mais un usage sous dimensionné les a ensuite conduits à prendre plus petit pour être en phase avec leur pratique
 - *"J'ai eu un bateau de 35 pieds, mais je n'avais pas le programme de navigation qui allait avec. Un bateau de 35 pieds c'est pour naviguer et j'ai préféré avoir un bateau plus ludique, plus facile à sortir."*
 - *"J'ai un bateau de 7,5 mètres qui a 40 ans. J'ai eu des bateaux plus gros, mais je n'avais pas le programme de navigation pour ce type de bateaux ..."*



C'est un profil de plaisanciers actifs et curieux

Le mode passion

Une pratique intensive

- **Tout au long de l'année :**
 - En s'affranchissant le plus possible des vacances scolaires
 - En profitant des week-end et courtes vacances ... ou de la liberté offerte par la retraite
- **Avec des séjours en mer, qui dépassent toujours la journée**
 - Alternance de **courts séjours**
 - "En Méditerranée / en Bretagne"
 - "Les Îles Anglo-Normandes"
 - Et de voyages au **long court**
 - "La traversée de l'Atlantique"
 - "L'Amérique de Sud"
- **Essentiellement sur leur propre bateau, mais aussi en location**
 - Location de voilier, pour pratiquer la plaisance à l'étranger
 - Location de bateaux moteurs, plutôt en France, dans une perspective sportive (plongée, ski nautique) et de découverte côtière.

Et extensive (qui cherche à explorer toutes les configurations possibles)

En variant :

■ Les types d'accompagnement

- Seul, en couple ou avec des amis / de la famille
- Avec ou sans skipper
- Avec d'autres particuliers non proches (équipiers trouvés sur Internet par ex.)
- Entre experts (équipage professionnel ou sportif)

■ Les ports, en France et à l'étranger

- Port d'attache (en France ou à l'étranger, dont off shore) et ports d'escale

■ Les plaisirs recherchés

- Logique détente et / ou sportive avec les régates

■ Les expériences, en particulier à l'étranger

- Recherche de soleil en hiver (Antilles, Égypte...)
- Logique d'opportunité lors de déplacement professionnel



Qui pratique la location, comme moyen d'enrichissement des possibles

Le mode passion

■ Au nombre de leurs pratiques extensives, ces plaisanciers pratiquent la location :

- La location a été une étape préparatoire qui leur a permis d'aiguiser leur choix au moment de l'achat
- Souvent pratiquée à l'étranger, la location répond également à une attente de dépaysement rapide et leur permet de faire de la voile ailleurs facilement
 - *"Quand on part à l'étranger, c'est le plus pratique. On l'a fait avec ma femme aux Antilles et en Grèce."*

■ Dans ce cadre, la location ne pose à ce jour aucun problème :

- **Les acteurs sont repérés**
 - *"Il y a des numéros de loueurs à la Capitainerie. Il suffit d'appeler."*
 - *"J'avais pris les coordonnées au Salon Nautique."*
- **Les normes et les garanties existent et leur compétences personnelles les aident**
 - *"Les plus sérieux demandent que l'on prouve que l'on a de l'expérience selon le bateau que l'on loue. A 15 m ils commencent à poser des questions."*
 - *"Il y a des gros loueurs. C'est comme louer une villa : ils vous envoient tout ce qu'il faut."*
 - *"On sait qu'il y a des séries de plus de 10 ans qu'il ne faut pas prendre."*
- **La prestation offerte par les loueurs est jugée très satisfaisante**
 - ... et les déboires sont figures d'anecdotes



*Qui pratique la location,
comme moyen d'enrichissement des possibles (suite)*

Le mode passion

- **Bien qu'appréciée, la location est néanmoins perçue et vécue comme une pratique secondaire**
 - **C'est un modèle peu économique, pour une pratique intensive**
 - *"Je navigue au minimum deux mois par an. Louer un bateau 2 mois c'est une fortune"*
 - Par essence, **elle ne peut offrir la personnalisation** tant développée sur son propre bateau
 - *"Un bateau c'est comme une résidence secondaire. On peut le personnaliser. On a toute nos affaires, nos habitudes. Un bateau en location, il faut comprendre comment il fonctionne."*
 - *"Si on loue un bateau sur une semaine, on ne le connaît pas et on perd du temps à voir comment il réagit."*
 - Comme pour contre-balancer cette carence, la plupart du temps, **l'espace est reprivatisé**
 - Soit en réduisant la taille du bateau pour éviter la cohabitation avec des inconnus sur de longs séjours
 - Soit en choisissant les autres navigateurs avec lesquels on part (contrôle de son équipage)
- **Et les attentes de services associées sont limitées**
 - En particulier pour les plaisanciers les plus experts, pour lesquels **la location se conçoit sans skipper afin que leur plaisir soit préservé** : la délégation à un autre de la dimension technique, sous des allures de croisières, les dérange et ôte tout l'intérêt de la plaisance.
 - *"On est les pieds en éventail sur le bateau. On est des gogos."*
 - *"C'est bien pour les débutants, parce que ce sont des skippers confirmés. Moi j'aurais horreur de ne pas pouvoir donner mes directives."*



Derrière la dominante du plaisir associée à la plaisance, un principe de réalité est toujours présent

Le mode passion

- Si, bien évidemment, on retrouve chez ce profil les registres de la **passion et du plaisir**,

– Cf. les univers identifiés qui déclinent les notions clés de :

- Plaisir : *"bonheur", "extase"*
- Liberté : *"paix", "absence de contrainte", "déconnexion"*
- Convivialité : *"rencontre", "bouf", "festif", "ensemble"*
- Découverte : *"aventure", "évasion", "dépaysement", "voyage",*

Une pratique qui ne se conçoit que dans la quête d'authenticité émotionnelle

- Parallèlement, se donne un registre beaucoup plus **rationnel et grave** rappelant le sérieux de la pratique

– Un registre dans lequel s'exprime le "capitaine" et non le passionné et qui souligne

- La responsabilité personnelle : *"sécurité à bord", "discipline", "expérience", "vigilance", "maîtrise technique",*
- Les obligations : *"norme de sécurité", "autorités locales",*
- Le danger : *"imprévu", "tempêtes", "accidents"*

Et pour laquelle la seule sphère de contraintes acceptée est celle qui concerne la navigation

Pour ces plaisanciers, la plaisance est un vecteur social

Le mode loisirs

■ Une cible pour qui la plaisance est un héritage familial et social

- Dès leur plus jeune âge, ils ont appris à naviguer sur le bateau familial. Et encore aujourd'hui certains achètent un bateau en famille ou entre amis.
 - *"J'ai acheté un bateau avec mon frère."*
- Le port est un lieu de vie qu'ils fréquentent tous depuis de nombreuses décennies.
 - *"On se connaît depuis longtemps. On est voisin. On s'invite pour l'apéro ou pour pêcher."*

■ Ces plaisanciers, plutôt âgés et de conditions sociales modestes, se déclinent selon deux profils :

- Des retraités, anciens employés ou artisans
 - Ils ont acheté plusieurs bateaux et aujourd'hui en sont à leur 3^{ème} ou 4^{ème}. Leur usage et leur moyen les incitent à privilégier un petit bateau moteur.
- Des dirigeants de TPE
 - Plus aisés, encore en activité, ils viennent d'acquérir un voilier, récompense après des années de pratique en tant qu'invités ou de possession d'un bateau moteur.

■ Quel que soit le profil, leur relation à la propriété est marquée par le poids de la propriété d'un bateau sur leur budget :

- **L'acquisition et la détention** (entretien / place de port) **constituent des postes budgétaires importants soulignés d'emblée :**
 - *"Ça coûte de plus en plus cher chaque année. Surtout là, avec le prix de l'essence."*
 - *"Avec les normes de sécurité tous les ans plus fortes, ça revient cher."*



Dans ce cadre, la plaisance est plutôt un loisir

Le mode loisirs

■ Une pratique concentrée dans le temps et l'espace

- Elle se limite essentiellement à **des sorties à la journée**
 - Les sorties plus longues concernaient dans le cas du groupe de Saint-Malo essentiellement les Iles Anglo-Normandes sur un voilier (le sien ou en tant qu'invités)
 - *"Moi j'y vais pour la pêche exclusivement."*
 - *"On se fait une balade quand il fait beau."*
 - *"Sur plusieurs jours c'est pour aller sur les îles Anglo-Normande à la belle saison. Mais pas avec mon bateau. J'ai un ami qui a un voilier et il nous invite."*
- Avec une pratique quotidienne, ou hebdomadaire pour les actifs, mais sur une **période restreinte**
 - Une nécessité de composer avec les horaires des marées et les conditions météorologiques (soit, essentiellement en été et parfois au printemps)
 - Une pratique qui s'espace avec l'âge
 - *"Je sortais tout le temps avant. Qu'il pleuve ou qu'il vente. Là maintenant je commence à être trop vieux."*
 - *"J'ai un Beneteau, mais maintenant je ne pêche plus. Seulement s'il fait très beau temps. Avant je mettais des casiers et des filets, mais avec l'âge je ne le fais plus."*
- Et un périmètre **circonscriit aux environs du port d'attache**
 - Leur exploration se limite aux côtes et au large avoisinants
 - La plaisance n'est jamais pratiquée dans d'autres cadres ou conditions que la pratique locale



Une perception dans laquelle se conjugue plaisir et contraintes, notamment budgétaires

Le mode loisirs

- Là aussi, on retrouve les registres de la **passion et du plaisir**
 - Avec les évocations permanentes de
 - Plaisir : "amour du bateau", "amour de la mer", "bonheur »
 - Liberté : "grand espace", "oxygène", "décompresser"
 - Convivialité : "relationnel", "boire", "festif", "ensemble"
 - Expérience : "patience", "découverte", "performance", "adrénaline"

Une même quête d'authenticité émotionnelle que pour le mode extensif

- parallèlement, se donne un registre beaucoup plus **rationnel et grave qui distingue deux registres** :
 - Un registre portant sur les **impacts financiers** de la détention d'un bateau
 - Des dépenses lourdes et imprévues : "*soucis*", "*ennuis continuels*", "*cher*"
 - Un registre portant sur la **technicité de la navigation en Bretagne**
 - "*frayeur*", "*inquiétude*", "*sécurité*", "*mal de mer*", "*survie*", "*technique*", "*les marées*"

Mais des contraintes budgétaires qui font jeu égal avec celles de navigation

Pour cette cible, la plaisance est une activité de vacances

Le mode vacances

■ Ce sont des personnes de CSP intermédiaires

- Des employés, agent de maîtrise
- Des dirigeants de TPE et cadres techniciens

■ Qui ont un rapport utilitaire à leur bateau

- Si quelques uns (les plus âgés) ont eu un apprentissage précoce et "classique" de la plaisance (bateau familial, école de voile), ils sont nombreux à n'avoir **qu'une expérience récente**.
- Qu'ils soient propriétaires de voiliers ou de bateaux à moteurs, **ils ont de leur bateau une approche plus fonctionnelle qu'affective**.
 - Pour les uns, le plus souvent des propriétaires de voiliers, le bateau est considéré à l'instar d'un **lieu de villégiature**. A ce titre, tous avaient amarré leur bateau dans le **Sud de la France** et s'y rendaient au printemps et à l'été, pour profiter du port et du pont / cockpit, sans vivre à bord.
 - Pour les autres, propriétaires **de bateaux moteurs**, le bateau est considéré à l'instar d'un **moyen de locomotion sur l'eau** leur permettant de faire de la **plongée, du jet ski, voire de la pêche**. Dans cette logique, la pratique de la plaisance est plus répartie dans le temps et dans l'espace (le bateau voyageant derrière la voiture).
 - Leur bateau est toujours présenté sous l'angle de la **taille** et de la **performance** et non de **l'usage ou du "programme de navigation"**
 - "J'ai un San Marco de 250 chevaux, in-board."
 - "J'ai un leader 540, avec un moteur de 115 chevaux, 2 temps."



*Pour cette cible,
la plaisance est une activité de vacances (suite)*

Le mode vacances

■ Ces plaisanciers ont une pratique ludique de la plaisance

- Avec, quel que soit le type de bateau détenu (voilier ou moteur), **une recherche de plaisir et non de "dépassement"**
 - Le bassin méditerranéen est choisi pour sa simplicité de navigation et son climat.
 - *"Moi, aller en Bretagne ne m'attire pas. C'est trop dangereux."*
 - *"Mon plaisir c'est qu'il fasse beau. On peut bronzer en prenant un apéro."*
 - Les sorties se font à la journée uniquement quand il fait beau.
 - *"S'il fait beau, on va faire une balade en famille. Dès que ça se couvre, on rentre. Et s'il ne fait pas beau, on reste à la maison."*
 - *"Je ne vois pas le plaisir si il pleut."*
 - *"On part faire de la plongée dès que le temps le permet. On regarde le vendredi matin le temps qu'il fait sur Internet et on voit si on part ou non."*
 - La pratique consiste même parfois à laisser le bateau au port.
 - *"Je vois mon bateau de la fenêtre de l'appartement. Il nous arrive de s'y installer simplement pour pique-niquer ou inviter des gens à prendre l'apéritif. On reste au port."*
 - *"Le midi, on mange des sandwiches ou des salades sur le pont. Les enfants adorent ça."*
- Et avec , dans le cadre du groupe de Lyon, une attente de simplicité et de fluidité qu'ils nourrissent par ailleurs par la pratique de plaisance fluviale :
 - L'essentiel des participants présents ayant un bateau ou une pratique régulière de la plaisance sur les fleuves lyonnais.



Une perception dans laquelle prédomine la logique de consommation

Le mode vacances

■ On retrouve, en mineur, les registres du plaisir

- Liés à la plaisance
 - *"liberté", "convivialité", "partage", "loisirs"*
- Mais nécessairement associés à des **activités**
 - *"plongée", "ski nautique"*
- Et à la **logique de vacances printanières ou estivales**
 - *"bronzer", "coup de soleil"*
 - *"repos", "clapotis des vagues"*
 - *"apéro", "vacances"*

La plaisance est l'une des composantes d'un modèle plus global de vacances estivales

■ ... et, de façon plus notable, les désagréments périphériques

- La technicité de navigation n'est pas évoquée puisque réduite à son plus faible degré.
- A l'inverse, les dépenses
 - *« carburants", "timbre fiscal", "équipement", "place de port", "l'assurance", "vignettes"*
- Et les contraintes associées sont largement développées
 - *"gendarmerie", "permis", "contrôles"*
 - *"embouteillages", "parkings complets", "scooters des mers"*

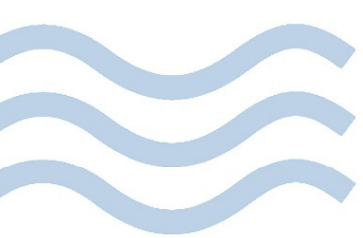
Leur conception du bateau s'inscrit dans un référentiel consumériste et automobile



3 Perception de l'offre

- **Sphère de besoins**
- **Relation au bateau
et à son équipement**
- **Accès à l'offre de location**
- **Relation au port**
- **Satisfaction & Attentes**

Les enseignements de l'enquête quantitative



1

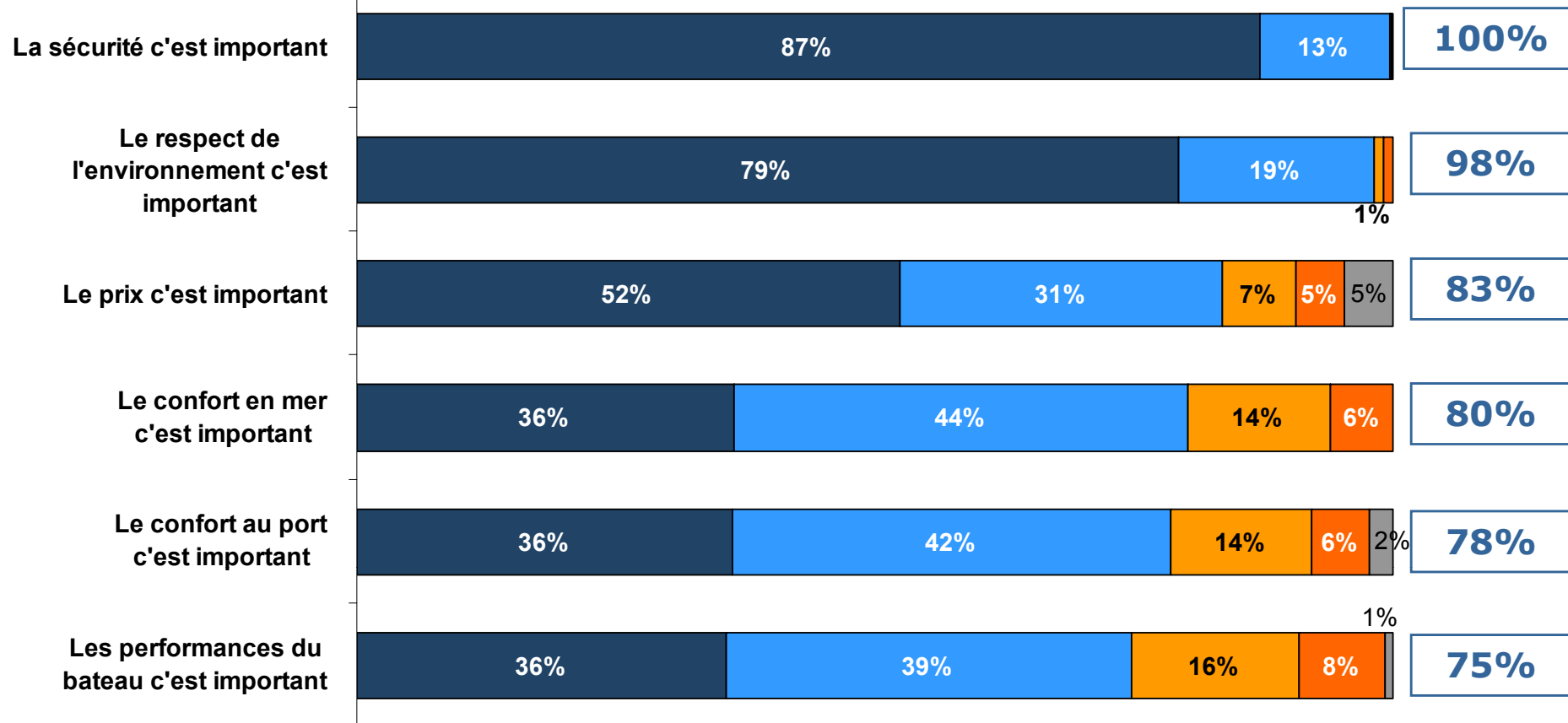
Sphère de besoins des plaisanciers

Des besoins peu discriminés et hiérarchisés, qui mettent en avant assez naturellement la sécurité, et en retrait les aspects confort et performances

- Un intérêt de principe pour les aspects environnementaux (jamais mis en avant lors des interrogations spontanées du questionnaire)

Tout à fait d'accord + Plutôt d'accord

Quand je pratique la plaisance ...



N = 800

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout ■ NSP

Mais avec des écarts en fonction des segments, sur certains besoins

- **La sécurité et les performances du bateau** sont les deux types de besoin qui discriminent le plus les groupes de plaisanciers



Les nouveaux plaisanciers se montrent les moins exigeants à l'égard de la sécurité, à l'opposé des expérimentaux et des hyper-dynamiques, les premiers comme "assurance" d'un domaine qu'ils découvrent, les seconds en lien avec leur pratique plus extrême que celles des autres plaisanciers.



Les habitués accordent beaucoup moins d'importance que les autres aux performances du bateau : bien qu'ils pratiquent souvent, c'est dans l'ensemble plutôt pour de courtes durées et en restant proche de la côte.

Au même titre que sur la sécurité, les hyper-dynamiques sont attentifs aux qualités techniques du bateau qu'ils "challengent" fortement.

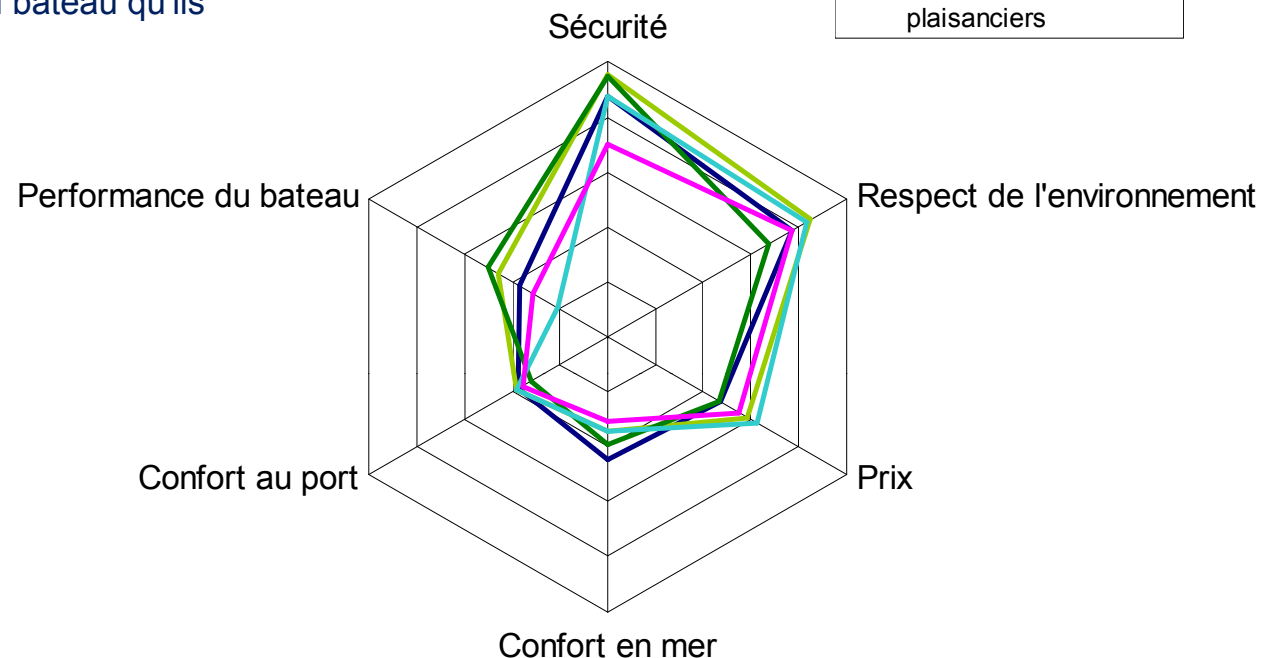


Assez logiquement, les 2 groupes qui concentrent **les CSP+** (seniors libérés et hyper-dynamiques) **s'intéressent moins au prix que les autres.**



Les seniors libérés sont ceux pour lesquels le confort en mer a le plus d'importance, parce qu'ils partent plus longtemps.

Importance de ...

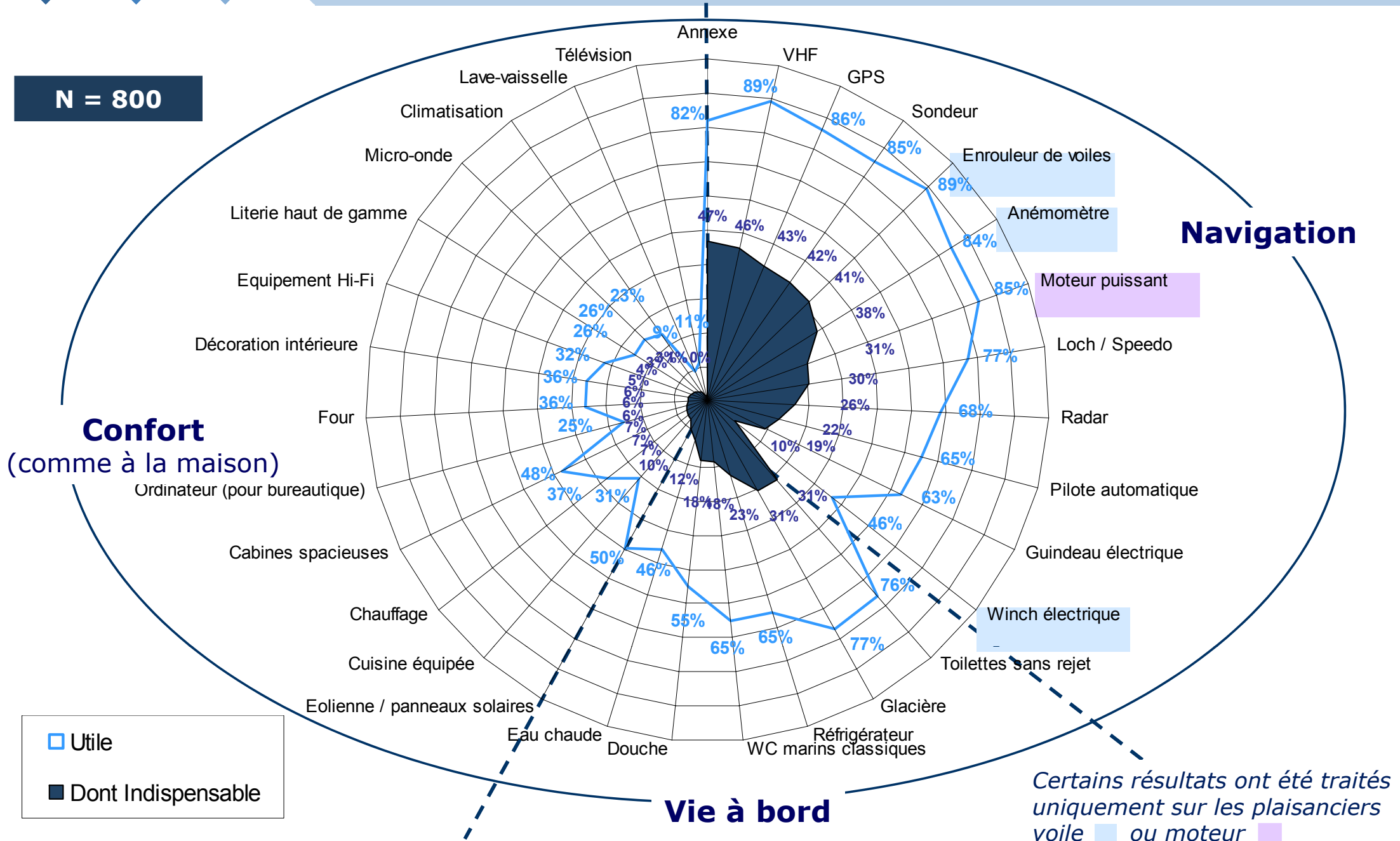




2 Relation au bateau et à son équipement

2 | Relation au bateau et à son équipement

N = 800



L'analyse des attentes en termes d'équipement fait clairement apparaître trois sphères de besoins, extrêmement différenciées :



■ Les équipements de navigation

- **Considérés par une grande majorité comme utiles** (65 à 85% d'utilité),
- **Voire, pour certains, jugés indispensables** (par 40% des plaisanciers) :
GPS, VHF, Annexe, Sondeur

■ Les équipements de support à la vie à bord

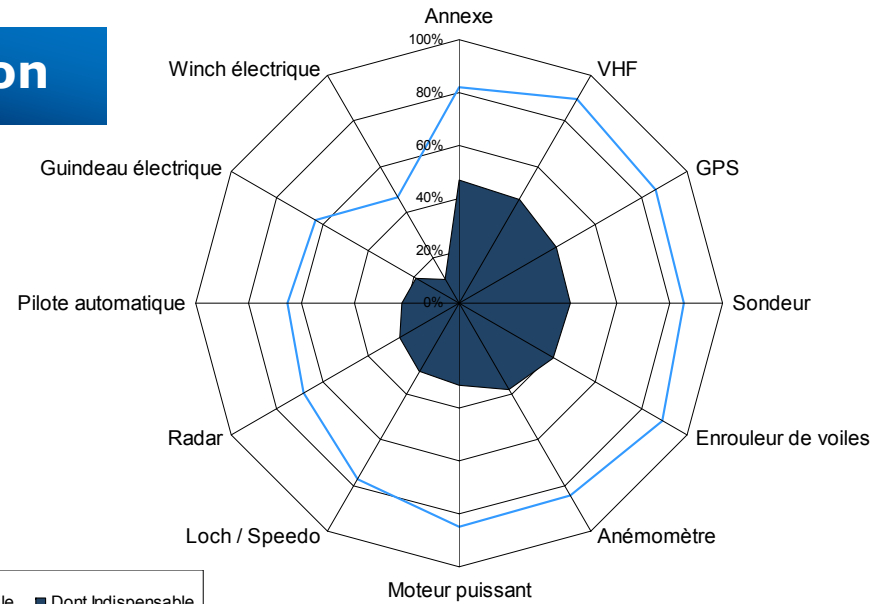
Qui constituent un **deuxième niveau de besoins** :

- **Avec des résultats situés entre 44% et 74% sur l'utilité**
- **Mais nettement en retrait, par rapport au premier groupe, quant au caractère indispensable** (entre 12 et 38%)

■ Les équipements de confort

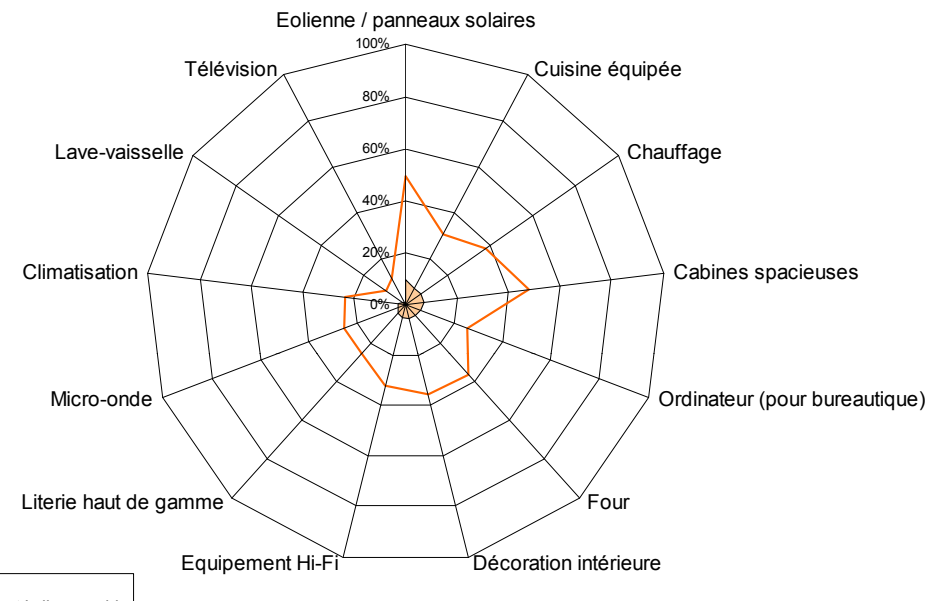
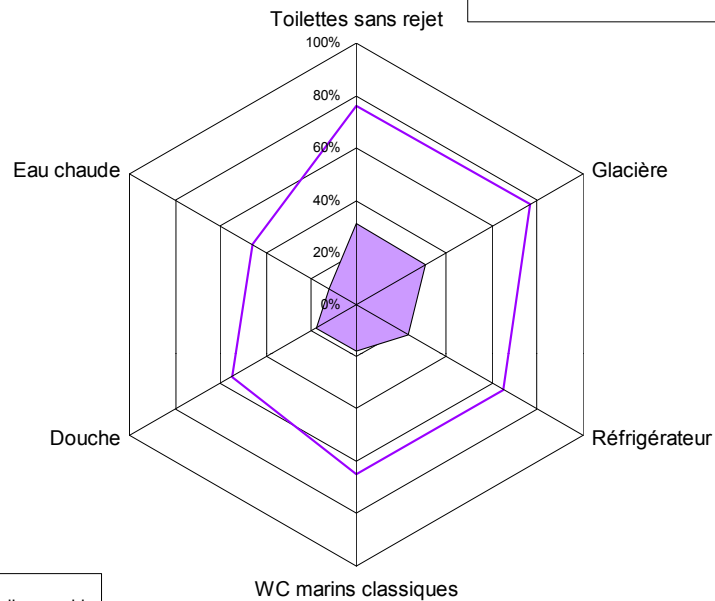
- Qui sont **clairement identifiés comme tels**
(puisque quasiment jamais cités comme indispensables ; résultats inférieurs à 10%)
- Mais sont **revendiqués**, par certains, **comme utiles car participant au plaisir de la plaisance** (entre 9 et 48% de résultats positifs sur l'utilité).

Navigation

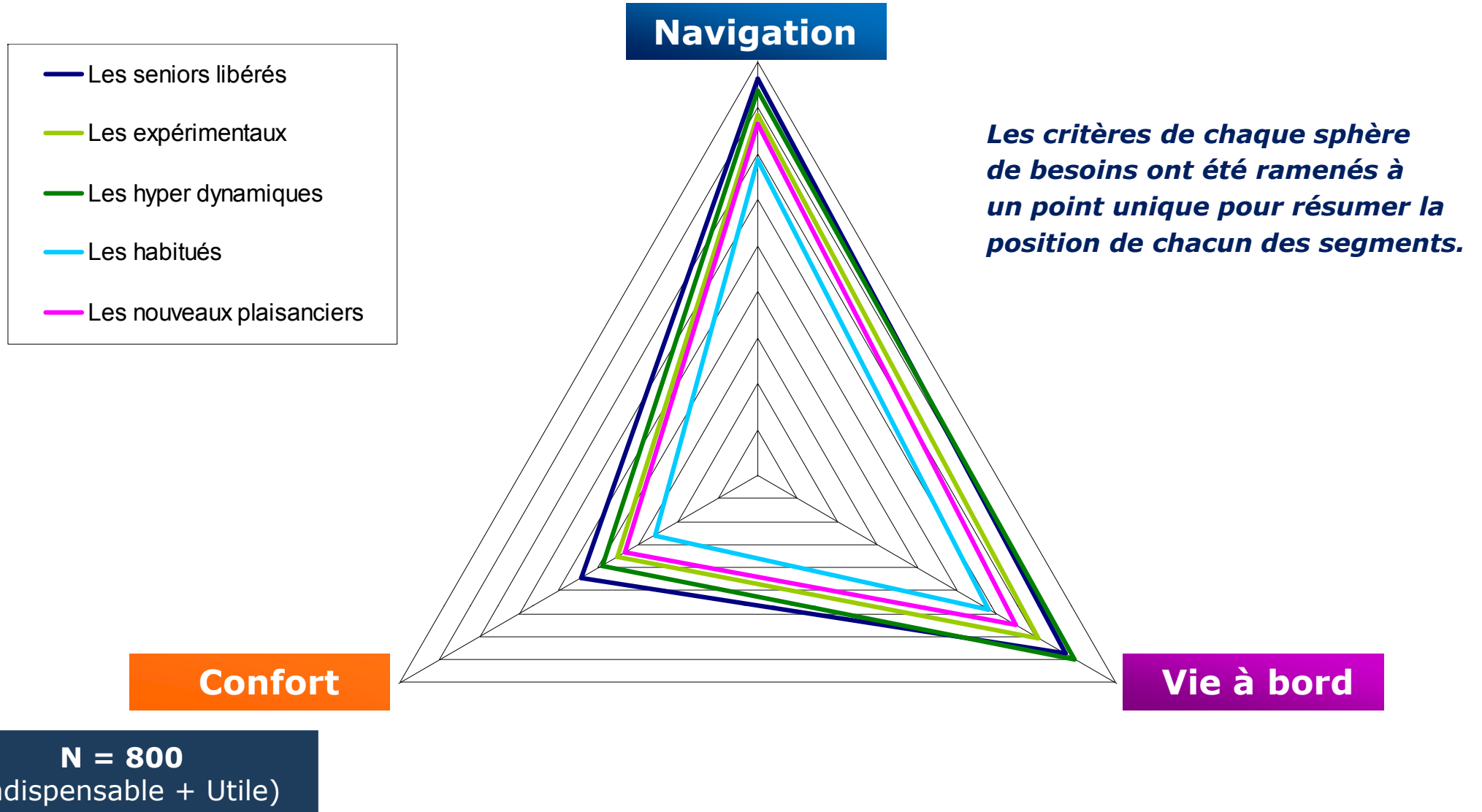


Vie à bord

Confort (comme à la maison)



Les attentes en termes d'équipement en fonction des segments de plaisanciers...



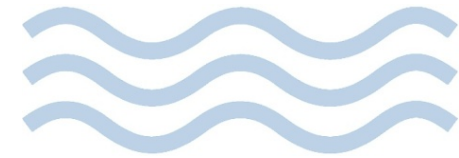
Les 5 segments se distinguent dans leurs attentes d'équipement du bateau.

- Au global, les seniors libérés et les hyper-dynamiques se ressemblent le plus, car ils utilisent des bateaux assez semblables : des voiliers, de plus grande taille que la moyenne des plaisanciers, qu'ils utilisent davantage que les autres en haute mer. Les habitués s'en éloignent le plus et manifestent moins de besoins que tous les autres groupes : ils sont fréquemment sur l'eau, mais utilisent leur bateau "a minima" : pêche, promenades, sur des courtes durées, à proximité de la côte. Les expérimentaux et les nouveaux plaisanciers ont une position intermédiaire sur les 3 types de besoins.

■ Concernant les équipements de navigation



Les **seniors libérés** et les **hyper-dynamiques**, se révèlent être **les plus demandeurs** : ils ont en commun une pratique intensive (plus particulièrement les seniors) et font clairement de la **navigation** (au-delà de la plaisance), plus particulièrement sur des voiliers.



■ Concernant la vie à bord



Les **seniors libérés** et les **hyper-dynamiques** sont également ceux qui montrent les plus fortes attentes.



Les **habitués** sont les moins exigeants, le niveau d'équipement nécessaire s'accordant à l'utilisation du bateau (par exemple les habitués sont très en retrait sur le besoin de douche ou d'eau chaude dans le bateau).

■ Concernant le confort



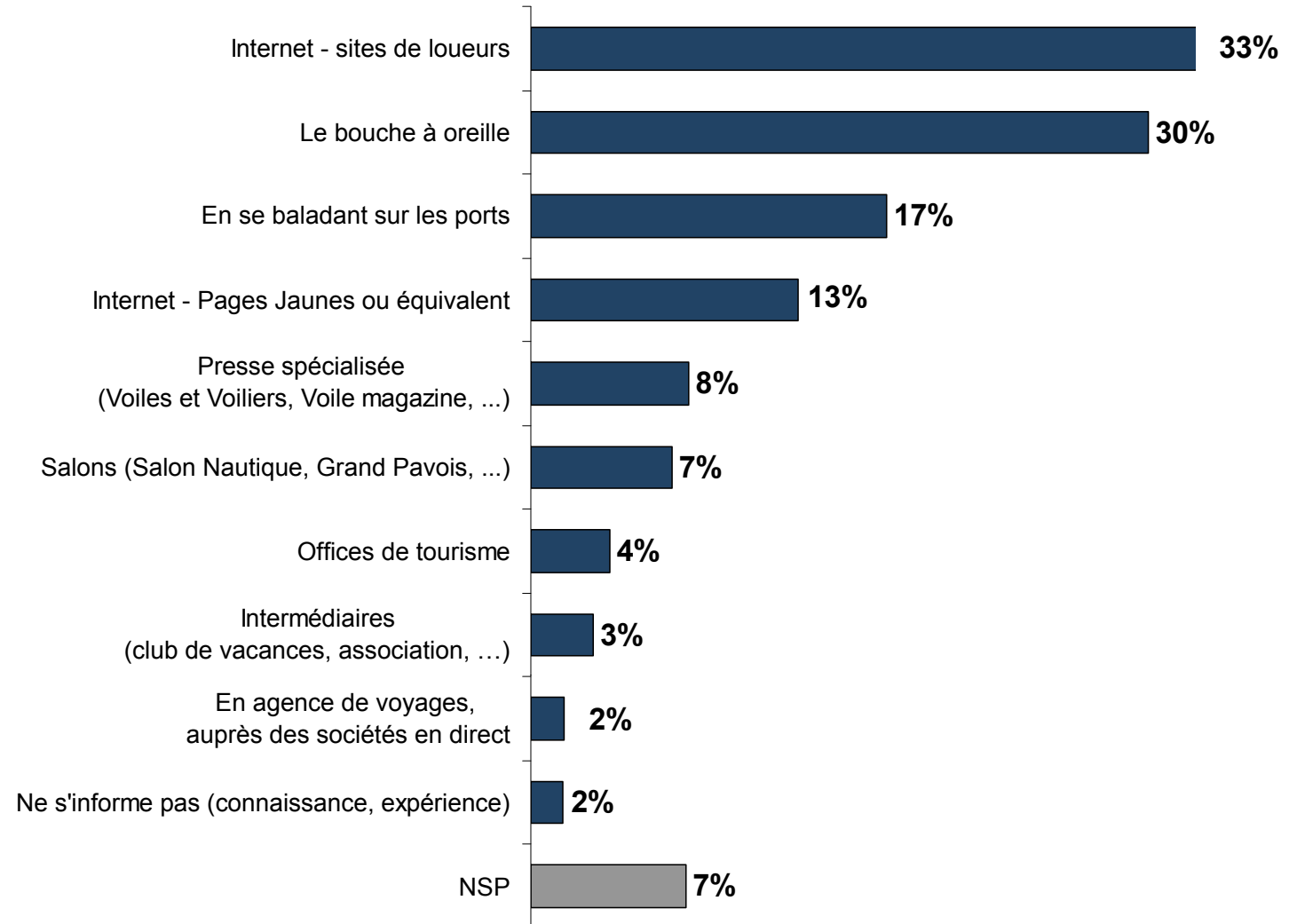
Les seniors libérés se distinguent des autres : ils ont l'âge et le pouvoir d'achat pour être exigeants, d'autant qu'ils ont **davantage une pratique "au long cours"**, le temps passé sur le bateau hors port étant particulièrement important.



Accès à l'offre de location



Un accès aux loueurs principalement via leur site Internet et le bouche à oreille, certains les trouvant *in situ* (en se baladant sur les ports)

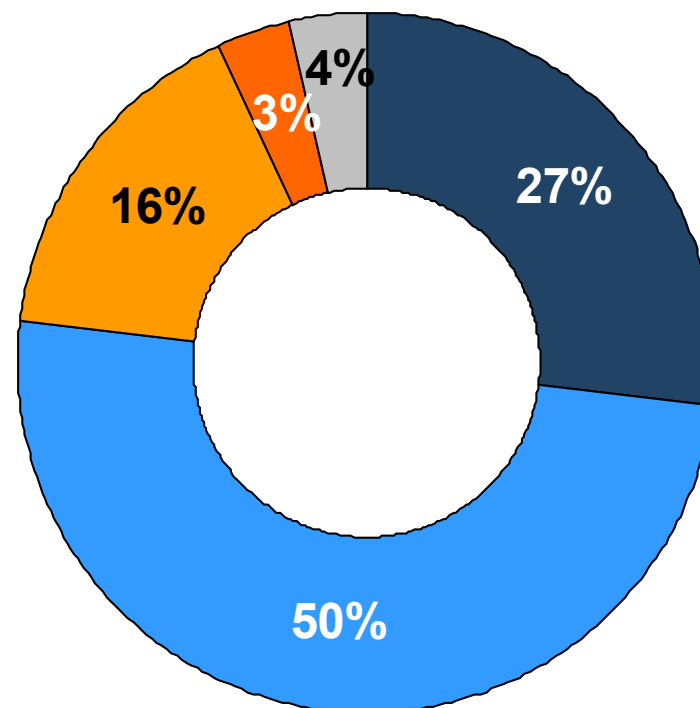


Plaisanciers louant des bateaux
(hors propriétaires - locataires)
N = 142



Un accès aux loueurs qui ne pose pas de réel problème aux plaisanciers

Diriez-vous que trouver un bateau, correspondant à vos besoins, est... ?



- Très facile
- Plutôt facile
- Plutôt difficile
- Très difficile
- NSP

Plaisanciers louant des bateaux
(hors propriétaires - locataires)
N = 142



En termes d'offre, des critères de choix d'un loueur qui montrent une logique prix - notoriété / fidélité - modèles à disposition

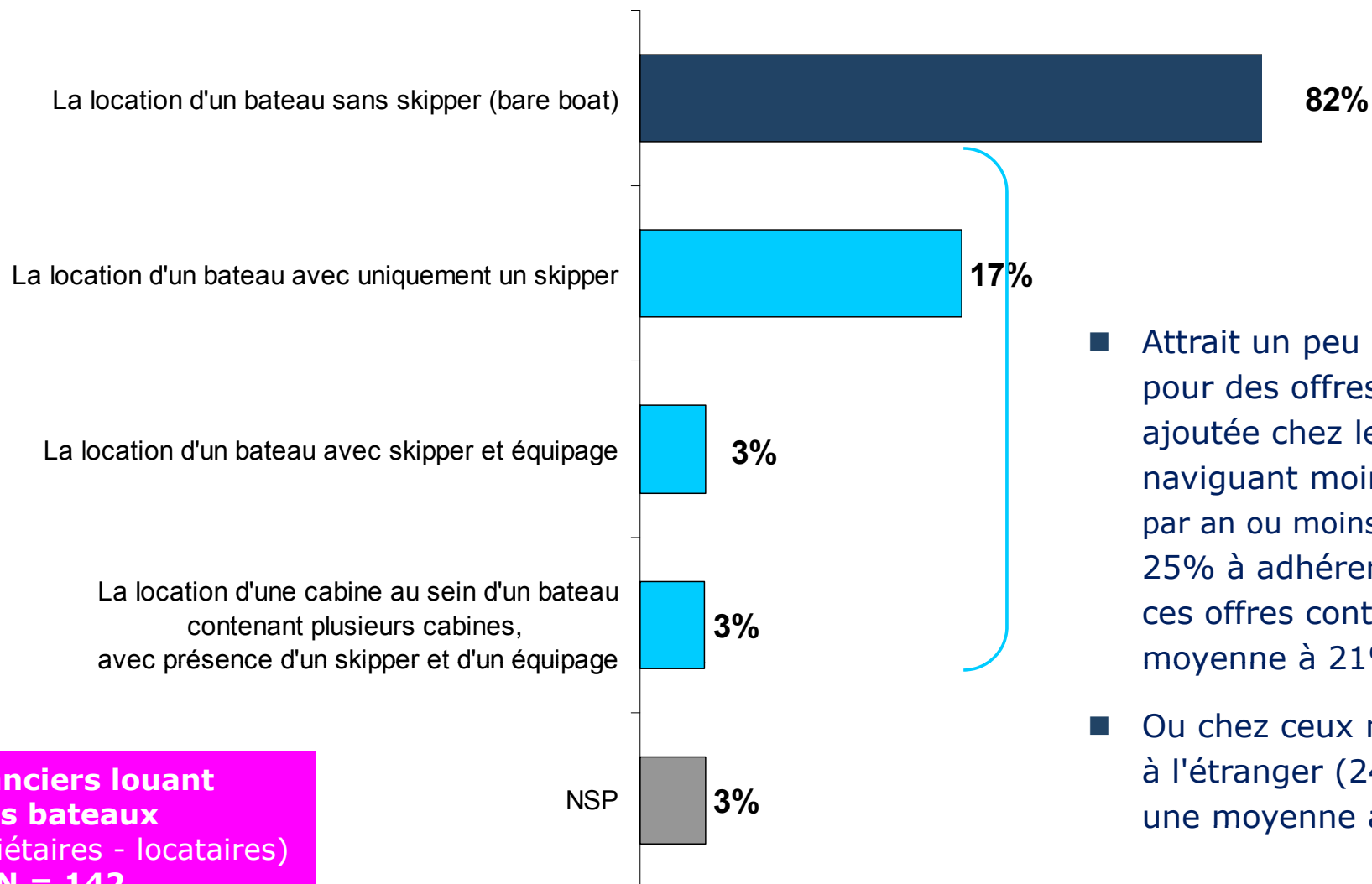


**Plaisanciers louant
des bateaux**
(hors propriétaires - locataires)
N = 142

PLAISANCIERS
LOUANT
DES BATEAUX



Et une préférence affichée pour les offres "bare boat" (bateau nu)



- Attrait un peu plus marqué pour des offres à valeur ajoutée chez les plaisanciers naviguant moins (une fois par an ou moins) qui sont 25% à adhérer à l'une de ces offres contre une moyenne à 21%
- Ou chez ceux naviguant à l'étranger (24% contre une moyenne à 21%).

**Plaisanciers louant
des bateaux**
(hors propriétaires - locataires)
N = 142

Auprès de la population des plaisanciers interviewée, la location apparaît assez clairement comme un marché de niche :



- **22% des plaisanciers interrogés louent des bateaux** (avec ou sans skipper)
 - **L'accès à l'offre ne paraît pas leur poser de problèmes particuliers**
 - Internet (cité par 38%), le bouche à oreille (30%), les recherches in situ, sur les ports (17%) leur permettent de répondre à leur besoin,
 - Et, ce, aisément puisque 77% considèrent qu'il est facile de trouver un bateau correspondant à leurs attentes.
 - Mais les plaisanciers restent aujourd'hui sur des **besoins assez "basiques" de bateau nu** (bare boat) et **n'adhèrent qu'en petit nombre (21%) aux offres de services à valeur ajoutée** : location avec skipper et/ou équipage.
- **Notons que cet état des lieux sur la location concerne les plaisanciers actuels (ceux interrogés dans l'enquête) et ne doit pas induire de conclusion sur l'importance de celle-ci, comme mode d'accès à la plaisance.**
- **Pour analyser la question de la place de la location, des conditions d'accès à celles-ci et des services attendus, il serait nécessaire de se focaliser sur les plaisanciers les moins anciens / fréquents ou même sur les non-plaisanciers (ceux qui n'ont pas franchi le cap à l'heure actuelle) pour explorer avec eux leur perception / leurs attentes / leurs besoins.**



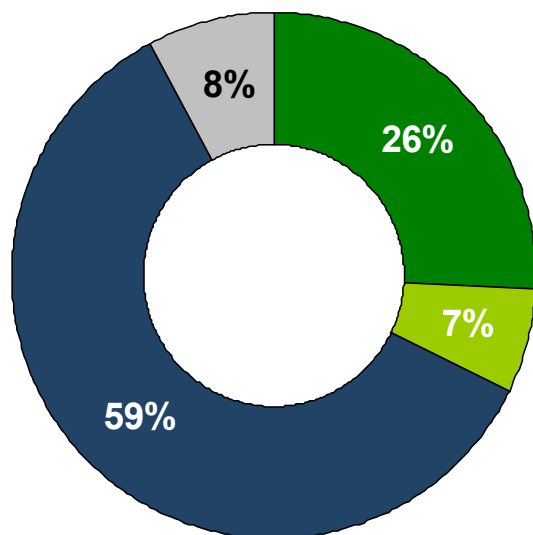
4 Relation au port

LE
PORT D'ATTACHE

LES
PROPRIÉTAIRES

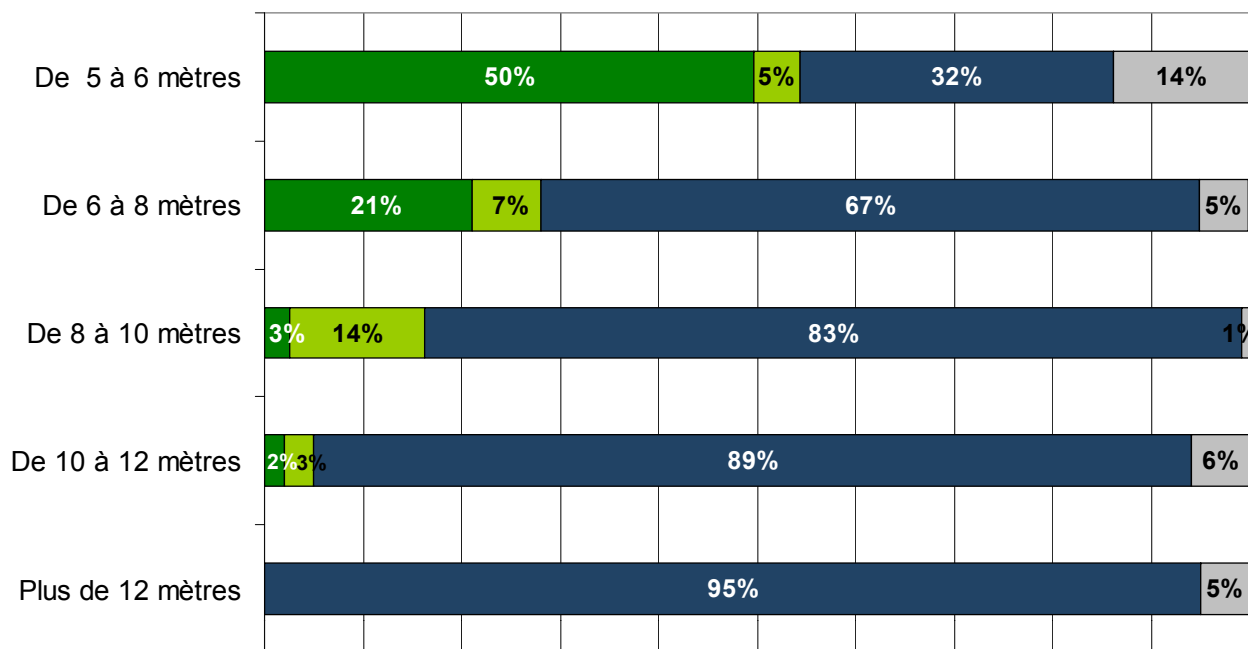


Le port (à flot ou à sec) / parking à bateaux ne couvre que 60% des besoins (un quart des plaisanciers gardant leur bateau chez eux, phénomène encore plus marqué pour les petits bateaux)



- Chez le propriétaire (résidence principale ou secondaire)
- Solution provisoire en attente d'une place en port
- Dans un port (à flot ou à sec) ou un parking à bateaux
- NSP

Propriétaires
N = 292



- Chez le propriétaire
- Solution provisoire en attente d'une place en port
- Dans un port (à flot ou à sec) ou un parking à bateaux
- NSP

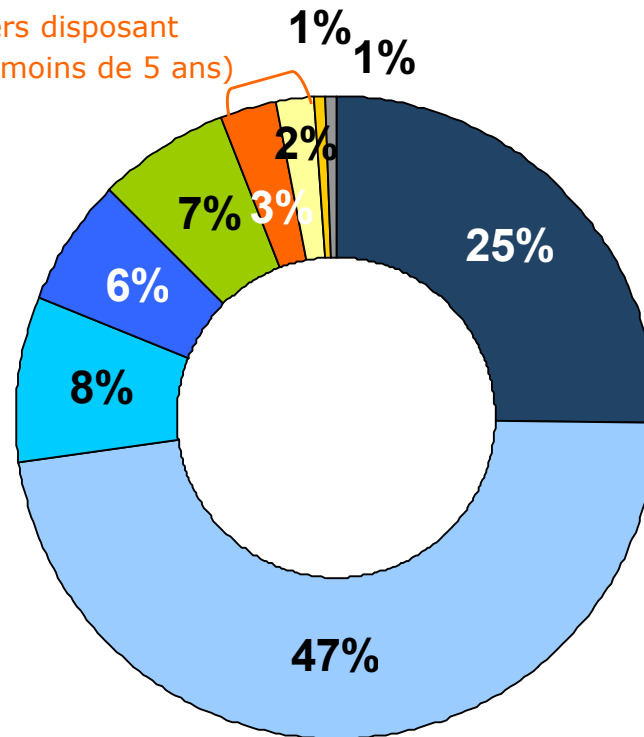
LE
PORT D'ATTACHELES
PROPRIÉTAIRES

Les emplacements en port ou parking à bateaux sont d'abord des places à flot

(sur ponton : 47%, à quai : 25%, sur corps mort : 14%)

Port à sec : 5%

(8% chez les plaisanciers disposant d'un emplacement depuis moins de 5 ans)



- A quai (dans un port à flot)
- Sur ponton (dans un port à flot)
- Sur corps mort, dans un port à flot
- Sur corps mort, à l'extérieur d'un port
- Avec échouage à marée basse
- A sec : sur terre-plein avec un service de mise à l'eau
- A sec : dans un rack avec un service de mise à l'eau
- Sur remorque, dans un parc à bateaux, à proximité d'un port
- NSP

**Propriétaires en port (à flot / à sec)
ou parking à bateaux**
N = 175

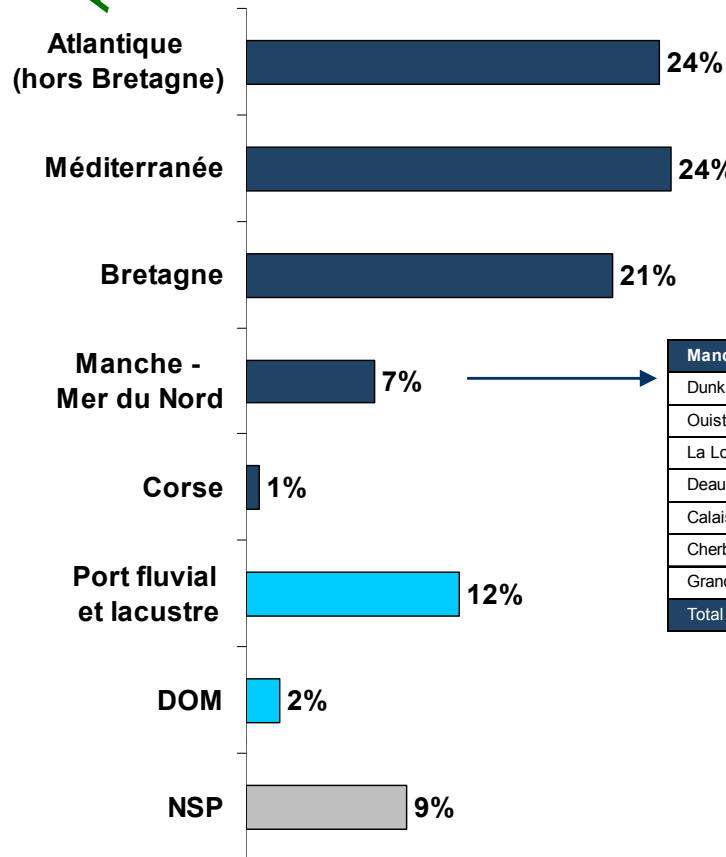
A noter : les écarts entre voile et moteur ne sont pas significatifs. On constate seulement une légère inversion entre terre-plein (pour les voiliers) et rack (pour les moteurs).

LE
PORT D'ATTACHE

LES
PROPRIETAIRES



Avec une extrême variété de ports représentés



Manche - Mer du Nord	
Dunkerque	5
Ouistreham	2
La Londe	2
Deauville	2
Calais	2
Cherbourg	1
Grandcamp - Maisy	1
Total	13

Bretagne	
Benodet	3
Concameau	3
Vannes	3
Trinité sur mer	2
Saint Malo	2
Arzal Camoel	2
Plougasnou	2
Pont-Aven	2
Belle-Ile	2
Port la Forêt	2
Portsall	2
Perros Guirec	2
Trebeurden	2
La Forêt Fouesnant	2
La Trinité sur Mer	2
Larmor Plage	2
Conleau	2
Saint Briec	1
Saint Quay Portrieux	1
La Roche Bernard	1
Douarnenez	1
Brest	1
Dahouët	1
Perros-Guirec	1
Quiberon	1
Total	37

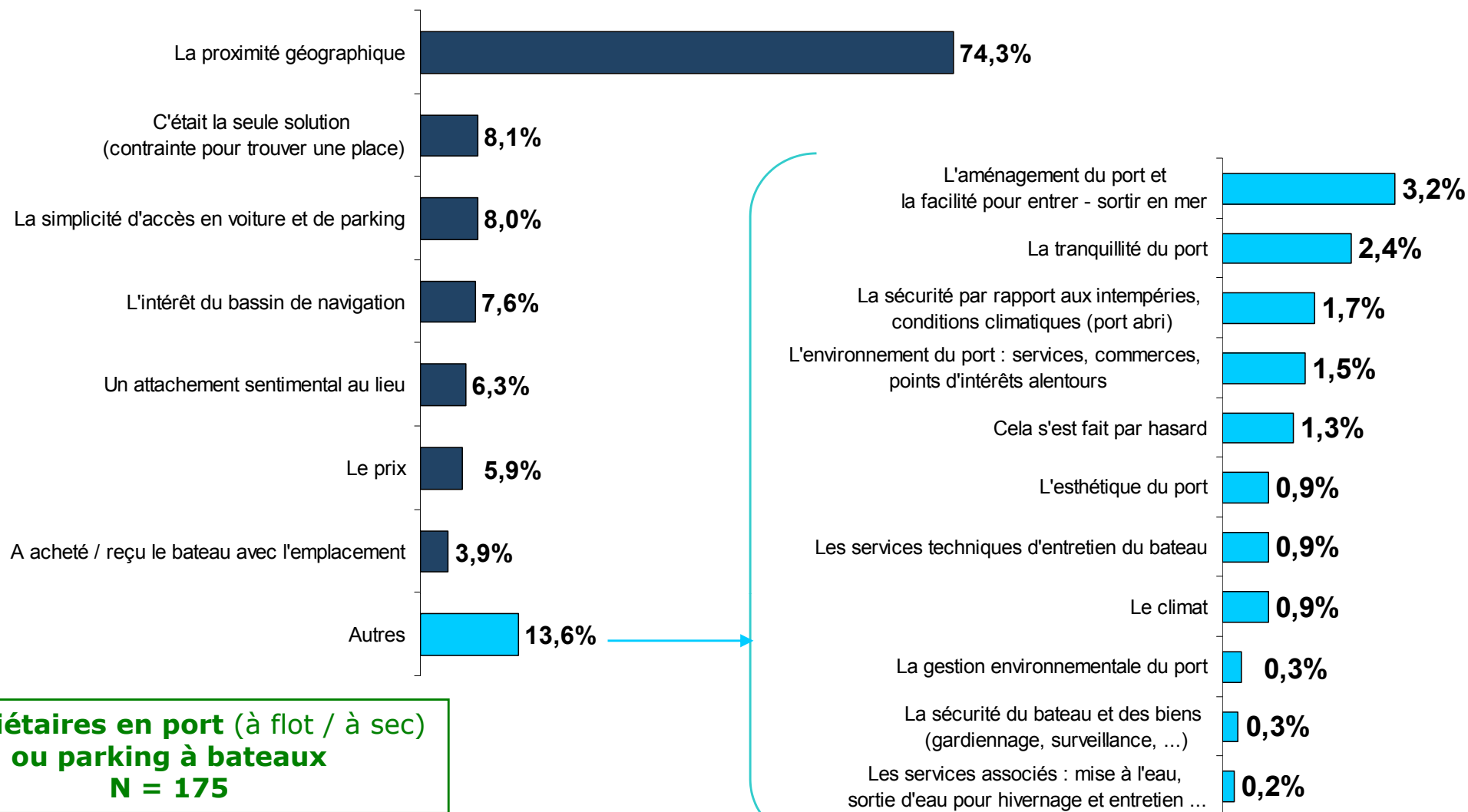
Méditerranée	
Marseille	6
Saint Cyprien	4
Bandol	3
Mandelieu	3
Cap d'Agde	2
Hyères	2
Toulon	2
Saint Mandrier	2
Porquerolle	2
Cannes	2
Juan les Pins	2
Saint Cyr les Legues	2
Port-Argeles	2
Martigues	2
Saint Tropez	2
Mèze	1
Port camargue	3
Antibes	1
Frontignan	1
Fos sur Mer	1
Golfe Juan	1
Port Vendres	1
Marseillan	1
Cavalaire sur Mer	1
Le Lavandou	1
Sète	0
Cap d'Ail	0
Total	43

Atlantique (hors Bretagne)	
La Turballe	7
La Rochelle	5
Arcachon	4
Les sables d'Olonne	4
Noirmoutier	2
Le Croisic	2
Le Teich	2
L'Île de Ré	2
Lacanau	2
Royan	2
Jard sur mer	2
Biganos	2
Piriac-sur-mer	2
Saint-Nazaire	1
Saint Denis d'Oleron	1
Andemos les bains	1
Saint Gilles Croix de Vie	1
Pornic	1
Nantes	1
Île de Ré	1
Saint-Brevin-les-Pins	1
Ile d'Oléron	0
Lege Cap Ferret	0
Total	41

Propriétaires en port (à flot / à sec)
ou parking à bateaux
N = 175

LE
PORT D'ATTACHELES
PROPRIETAIRES

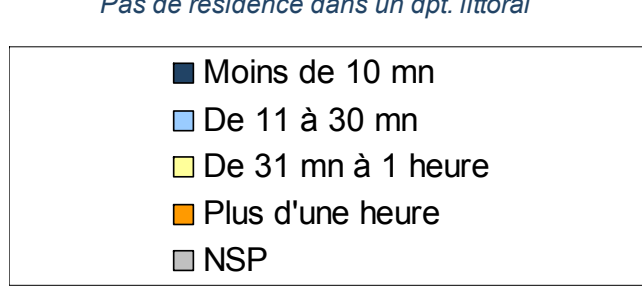
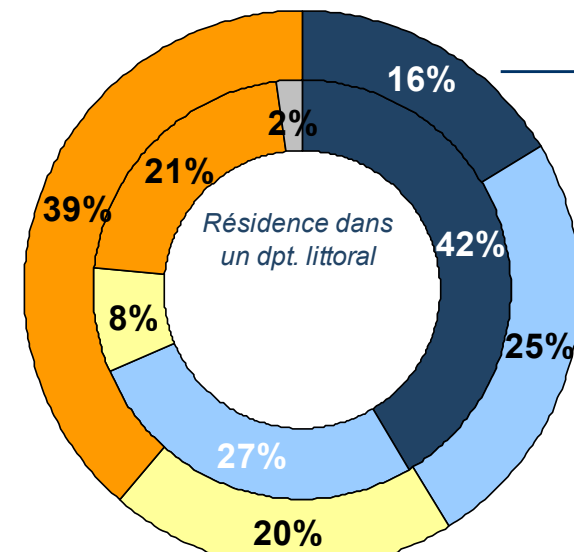
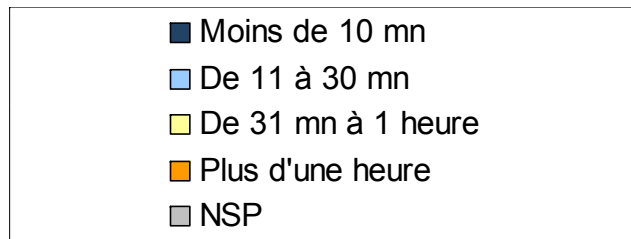
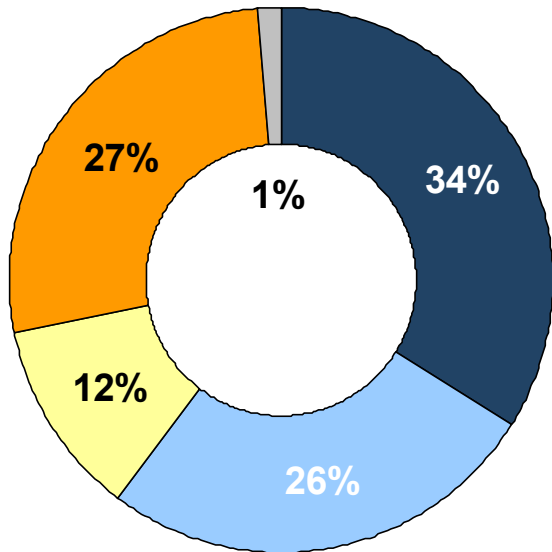
Le critère de choix du port, quand il y a choix, est massivement la proximité géographique (ou accessibilité) ; les "qualités" du port arrivant loin derrière



Propriétaires en port (à flot / à sec)
ou parking à bateaux
N = 175



Une majorité de plaisanciers bénéficie effectivement de cette proximité : 3/4 des propriétaires accèdent à leur bateau en moins d'une heure, et la proximité au bateau est encore plus marquée pour les résidents de départements littoraux (en résidence principale ou secondaire)



→ Ports fluviaux ou lacustres

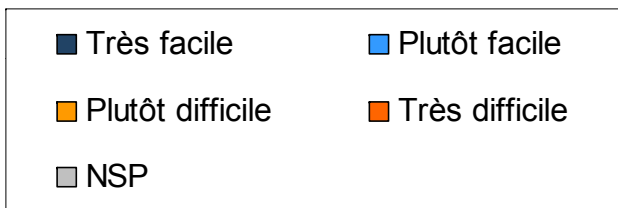
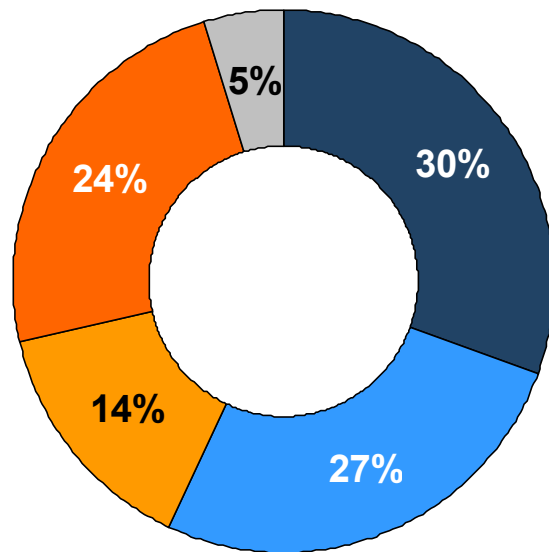
**Propriétaires en port (à flot / à sec) ou parking à bateaux
N = 175**

LE PORT D'ATTACHE
LES PROPRIETAIRES



Les propriétaires disposant d'une place de port ou en parking bateauxne sont pas trop critiques sur les difficultés d'obtention de cette place (cette place correspond à leur premier choix pour 65% d'entre eux, qui sont logiquement plus positifs)

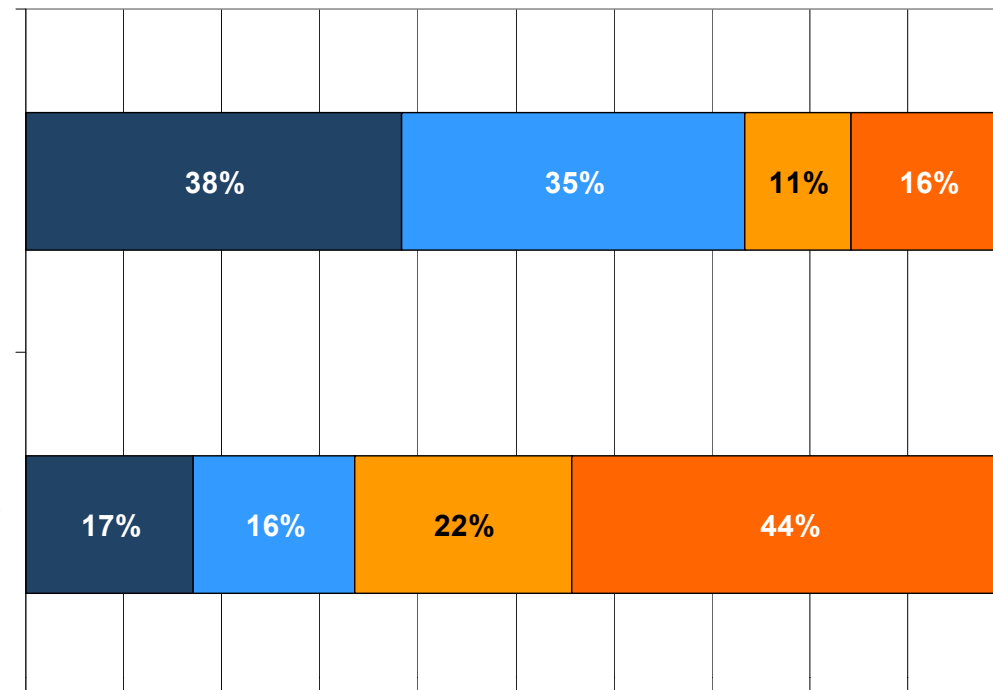
Diriez-vous que cela a été facile de trouver cet emplacement ?



Propriétaires en port (à flot / à sec) ou parking à bateaux
N = 175

L'emplacement est le premier choix

N = 114
(65% des propriétaires en port ou parking)



L'emplacement n'est pas le premier choix

N = 61
(35% des propriétaires en port ou parking)



A noter : Il n'existe pas de corrélation significative entre l'ancienneté de l'emplacement et la facilité perçue d'obtention de celui-ci (échantillon faible).

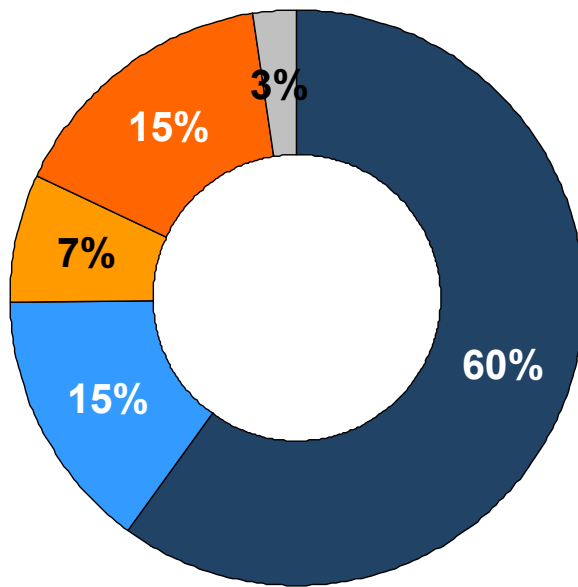


Ils restent, cependant, sensibles à la question de la place de port, condition importante pour acheter un bateau

Et, s'ils sont ouverts à un changement d'emplacement à flot dans le cadre d'une éventuelle ré-organisation

Êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante :
"Au moment de l'achat, une difficulté pour obtenir une place de port aurait pu me dissuader d'acheter un bateau" ?

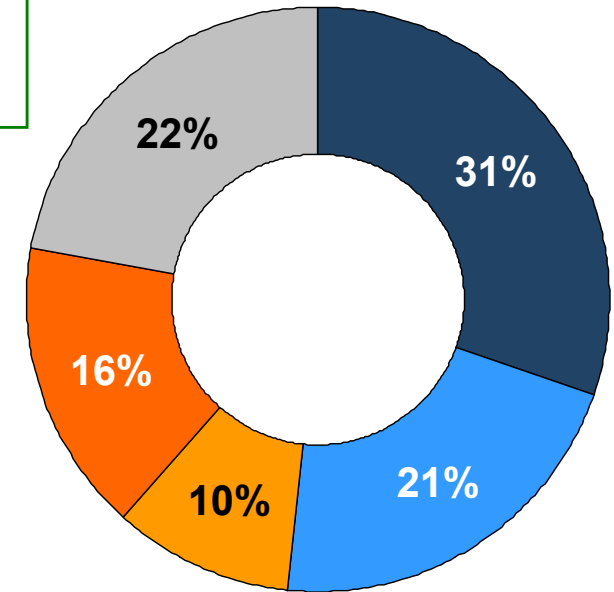
Seriez-vous prêt à accepter un changement d'emplacement au sein du même port d'attache, dans le cadre d'une réorganisation du port ?



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord
■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout
■ NSP

Propriétaires en port (à flot / à sec) ou parking à bateaux
N = 175

Propriétaires en port à flot
N = 139



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt
■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout
■ NSP

LE
PORT D'ATTACHELES
PROPRIETAIRES

Ils ne sont pas très enclins à échanger leur place à flot au profit d'une solution alternative.

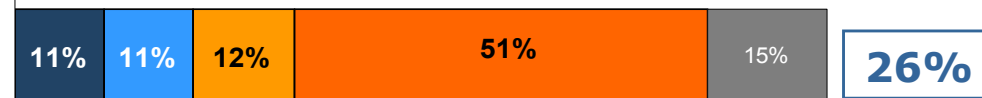
La capacité des ports n'étant pas illimitée, seriez-vous prêt à accepter une des solutions alternatives suivantes à la place au ponton ou à quai (dans un port à flot) ?

**Tout à fait disposés
+ Plutôt disposés**
(ramené au % de plaisanciers s'étant exprimés)

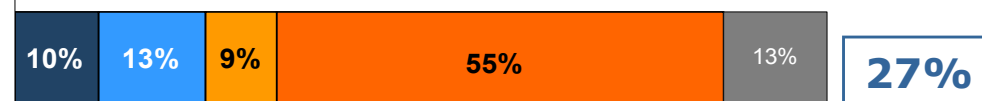
Une place à l'année dans un port à sec, avec un service très performant de mise à l'eau (dans l'heure par ex.)



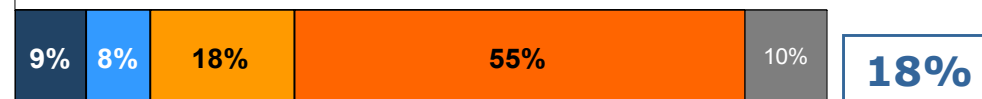
Une place à l'année sur corps mort



Un hivernage à sec et une place sur corps mort dans une anse de mouillage extérieure au port, durant la saison estivale



Une place sur remorque dans un parc à bateaux, avec rampe de mise à l'eau



**Propriétaires en port (à flot / à sec)
ou parking à bateaux**
N = 175

■ Tout à fait disposé ■ Plutôt disposé
■ Plutôt pas disposé ■ Pas du tout disposé
■ NSP

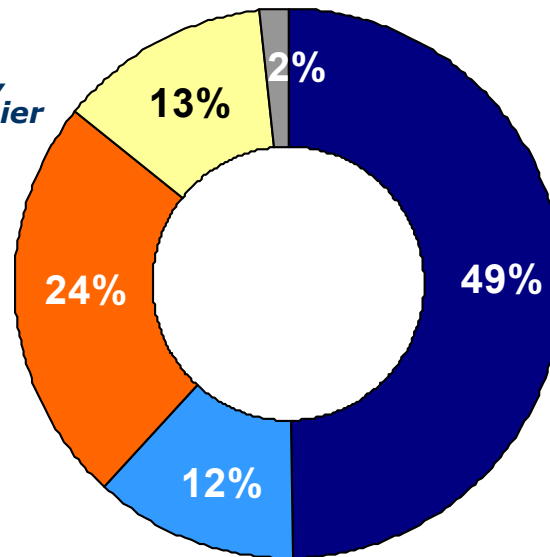
LE
PORT D'ESCALE

PLAISANCIERS

HORS
« EXCURSIONNISTES »

Les ports d'escale ne sont qu'une des solutions recherchées par les plaisanciers, qui leur préfèrent pour la moitié un mouillage "sauvage" ou organisé

Entre les solutions suivantes, que choisissez-vous en premier lieu pour passer la nuit ?



- Un mouillage sauvage dans une crique, une anse, ...
- Un mouillage organisé
- Une escale dans un port
- Pas de préférence
- NSP

Plaisanciers non "excursionnistes"

(sortant pour plus d'une journée)

N = 377

Avec de claires différences entre plaisanciers vacances et plaisanciers actifs, ou en fonction de la durée des séjours.

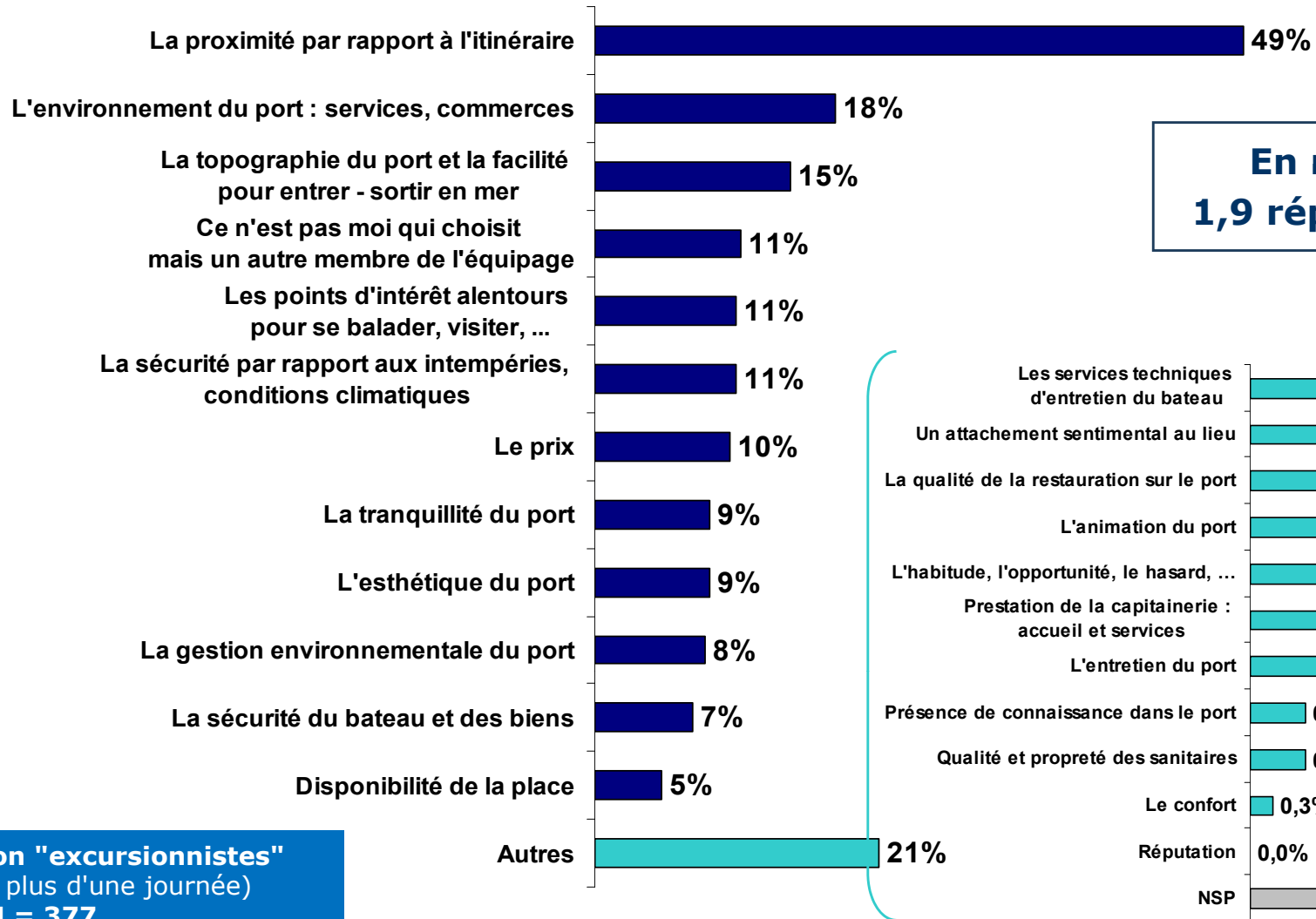
- Les plaisanciers actifs citant un peu plus le mouillage (63% de préférence pour le mouillage contre 59% chez les plaisanciers vacances), en particulier le mouillage organisé (14% contre 5%) et sont, en conséquence, légèrement en retrait sur l'escale en port (23% contre 26% chez les plaisanciers vacances).
- Les plaisanciers "longs séjours" sont en retrait sur le mouillage (61% contre 70% pour les "courts séjours") et citent plus fréquemment le port (25% contre 21% pour les "courts séjours").

LE PORT D'ESCALE
PLAISANCIERS
HORS « EXCURSIONNISTES »

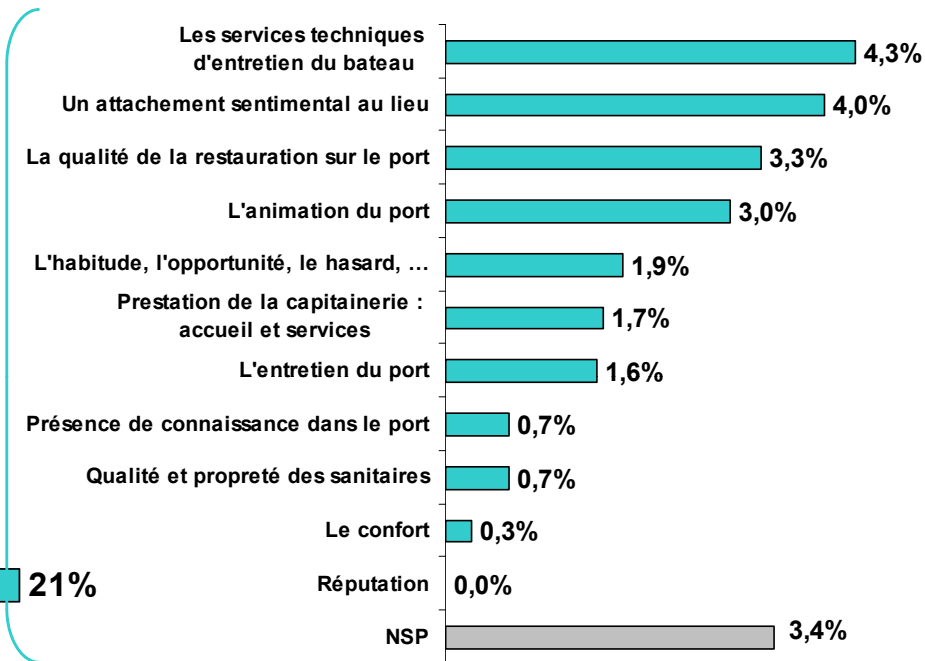


Pour le port d'escale, le choix est d'abord "pratique"

(près de 50% des plaisanciers choisissent le port en fonction de sa proximité par rapport à leur itinéraire)



En moyenne, 1,9 réponses citées



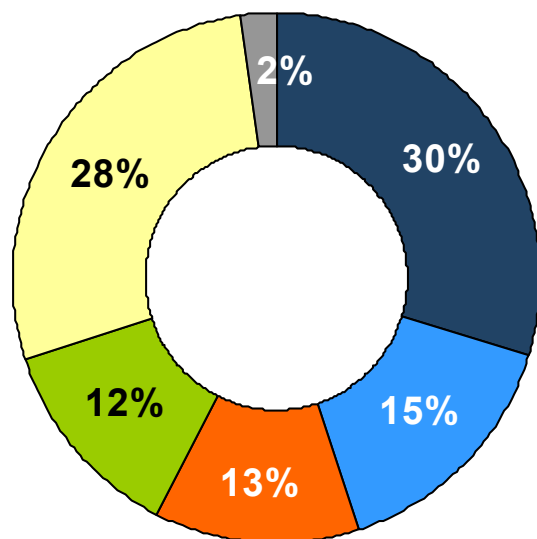
Plaisanciers non "excursionnistes"
(sortant pour plus d'une journée)
N = 377

LE
PORT D'ESCALE

PLAISANCIERS

HORS
« EXCURSIONNISTES »

Diriez-vous qu'un port d'escale est essentiellement ...



- Un point d'avitaillement technique
- Un abri
- Une escale plaisir
- Un point de départ pour la découverte de la région
- Tout à la fois (ne pas citer)
- Ne sait pas (ne pas citer)

Les ports d'escales se doivent d'être multi-facettes pour répondre aux attentes variées des plaisanciers

- Les dimensions "point d'avitaillement technique" et "porte d'entrée sur la région" sont plus fortes chez les plaisanciers faisant des courts séjours (moins d'une semaine) (respectivement 41% et 19%),
- Alors que les plaisanciers en longs séjours sont plus particulièrement sensibles à la logique de "port – abri" (15%) ou "escale plaisir" (17%),
- Dans la même logique, les adeptes de plaisance "active" (couplée à la navigation intensive, à la pêche, aux sports nautiques) sont aussi les plus curieux, en termes de découverte touristique (15% sur le port, point de départ).

Plaisanciers non "excursionnistes"
(sortant pour plus d'une journée)

N = 377

Des logiques de proximité / praticité qui viennent en premier lieu, avant les "qualités" des ports :

- 74% des propriétaires citent la proximité par rapport à leur résidence, comme critère de choix du **port d'attache** ...
- Et près de 50% des plaisanciers sortant plus d'une journée citent la proximité par rapport à l'itinéraire comme critère de choix du **port d'escale**.

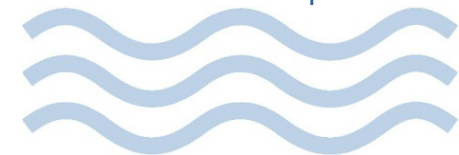
Des ports qui ne sont qu'une des solutions d'escale recherchées par les plaisanciers, qui leur préfèrent pour la moitié un mouillage "sauvage" ou organisé, en particulier les plaisanciers les plus actifs et ceux effectuant des courts séjours,

Ils doivent répondre, dans cette vocation d'escale, à une myriade de besoins, tous représentés : le port - point d'avitaillement technique (30%), le port - abri (15%), le port - escale plaisir (13%), le port - point de départ pour la découverte de la région (12%).



Un rapport des plaisanciers à la place de port qui traduit une situation de pression sur l'offre :

- **Le port (à flot ou à sec) / parking à bateaux correspond à 65% des besoins**
 - La part restante est couverte par le fait de garder son bateau chez soi (28% des plaisanciers) ou d'autres solutions provisoires (7%).
 - Le phénomène "bateau chez soi" est plus marqué pour les petits bateaux (50% de bateaux chez le propriétaire, pour les 5 - 6 m).
- **Si certains éléments, issus de l'expression des plaisanciers, sont assez positifs :**
 - **5% seulement de notre échantillon de plaisanciers sont inscrits sur une liste d'attente dans un port** (10% chez les propriétaires de bateau).
 - Le **principal critère de choix du port** par les propriétaires (la proximité / accessibilité), est **assez bien traité** :
 - 72% des plaisanciers accèdent à leur bateaux en moins d'une heure (et 60% en moins d'une demi-heure) ; ces chiffres montant respectivement à 77% et 69% pour les propriétaires ayant une résidence (principale ou secondaire) dans un département côtier.
 - Les propriétaires disposant d'une place de port sont assez peu critiques sur les conditions de son obtention :
 - 57% jugent qu'il a été "très facile" ou "assez facile" de trouver cette place
 - Pour 65%, leur emplacement actuel correspond à leur premier choix
- **D'autres points traduisent cependant la prégnance de cette question :**
 - A l'inverse des **57% positifs, 43% des plaisanciers jugent qu'il a été "assez difficile" ou "très difficile" de trouver leur place actuelle.**
 - Les **plaisanciers restent sensibles sur ce sujet** : pour 75%, il existe une relation entre la perspective d'obtenir une place de port et l'achat d'un bateau.
 - Enfin, si **les plaisanciers sont ouverts, au moins en déclaratif, à un changement d'emplacement à flot**, dans le cadre par exemple d'une réorganisation d'un port (la moitié des propriétaires d'une place de port se disent prêts à l'accepter), **ils sont beaucoup moins positifs par rapport aux solutions alternatives** : port à sec, mouillage, hivernage, remorque dans parc à bateaux (entre 18% et 38% d'acceptation de ces propositions).

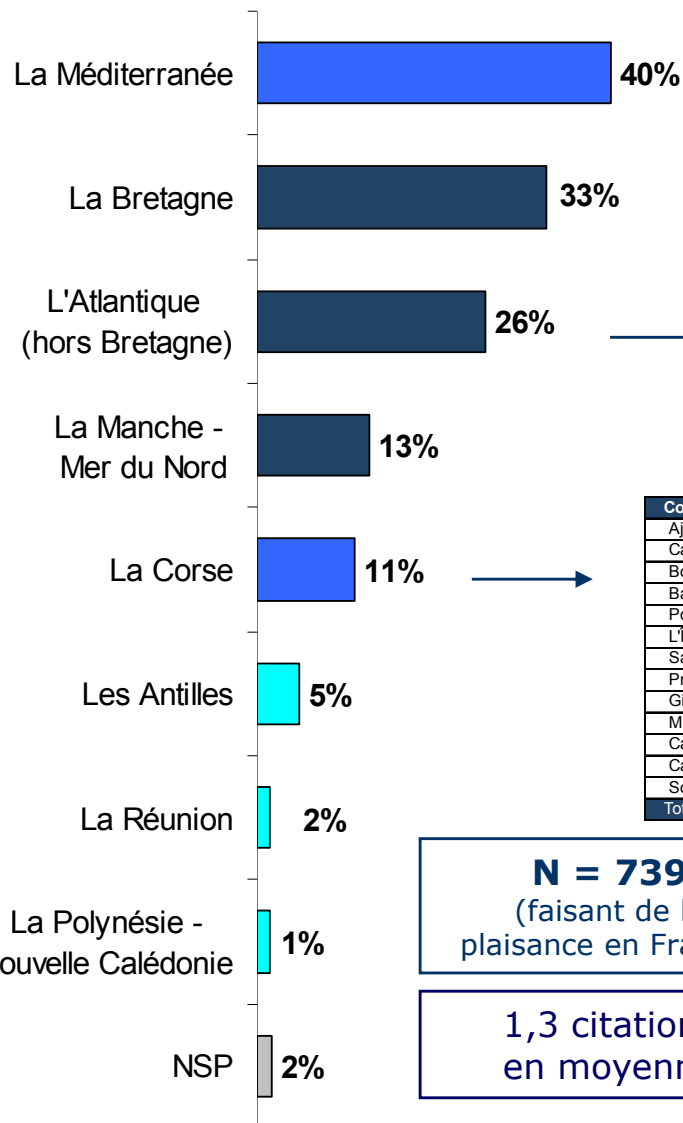




5 Satisfaction et attentes vis-à-vis des ports français

5 | Satisfactions et attentes vis-à-vis des ports français

Des ports français fréquentés (port d'attache + ports d'escale) variés et qui représentent tous les bassins de navigation



N = 739
(faisant de la plaisance en France)

1,3 citations en moyenne

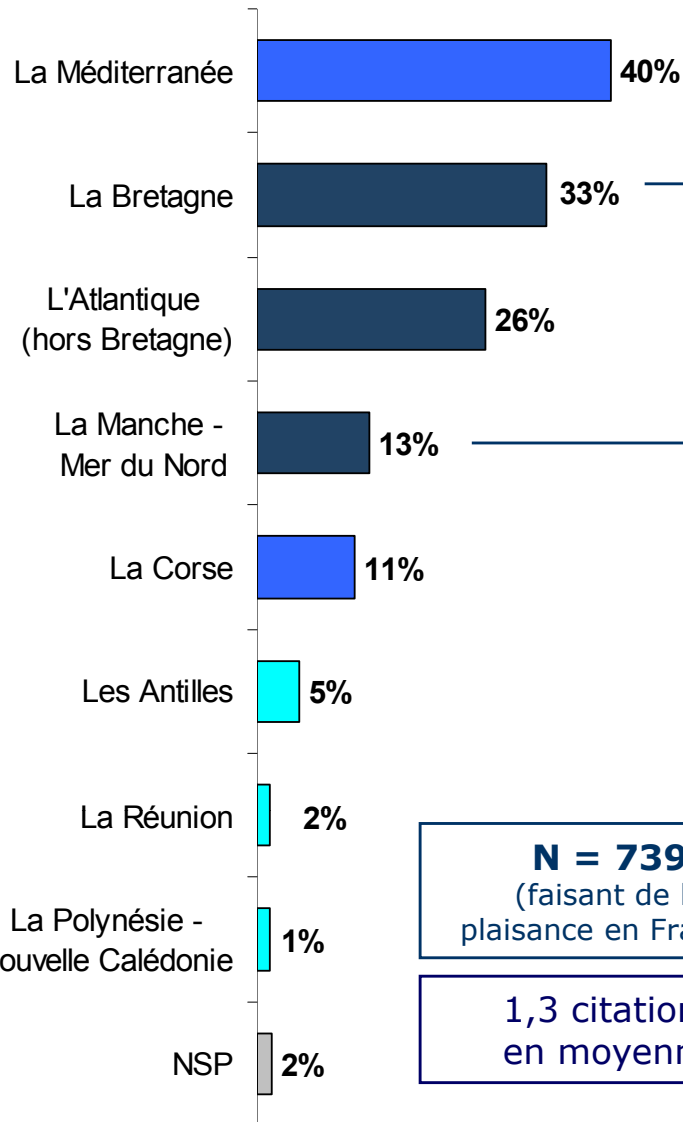
Corse	
Ajaccio	42
Calvi	24
Bonifaccio	24
Bastia	23
Porto Vecchio	13
L'île Rousse	6
Saint Florent	5
Propriano	3
Girolata	2
Macinaggio	1
Cassis	1
Campomoro	0
Solenzara	0
Total	82

Atlantique (hors Bretagne)	
La Rochelle	86
Les Sables d'Olonne	26
Bassin d'Arcachon	22
L'île de Ré	18
Le Croisic	17
Pornic	16
L'île d'Yeu	12
Royan	11
Saint Gilles Croix de Vie	10
Saint Denis d'Oleron	9
La Baule	9
Noirmoutier	9
Nantes	7
Soorts-Hossegor	6
Biarritz	4
Rochefort	4
Pornichet	4
L'Epine	3
Saint-Jean-de-Luz	3
Lege Cap Ferret	3
L'île d'Oléron	3
Bayonne	2
Lacanau	2
Bordeaux	2
Pauillac	2
Jard-sur-Mer	2
Soubise	2
Le Verdon	1
Cognac	1
La Turballe	1
Le Pouliguen	1
Saint Nazaire	1
La Chapelle	1
Noirmoutier	1
Port Médoc	1
Meschers-sur-Gironde	1
Sucé-sur-Erdre	1
La Tranche-sur-Mer	0
Biscarrosse	0
Talmont Saint Hilaire	0
Total	192

Méditerranée	
Marseille	55
Nice	34
Cannes	34
Toulon	34
Saint Tropez	30
Antibes	23
Hyères	23
Saint Raphaël	22
Argeles sur Mer	21
Cassis	19
Porquerolle	19
Bandol	17
Collioure	17
Cap d'Agde	16
La Ciotat	13
Sète	10
Saint Mandrier	9
Le Grau de Roi	9
La Grande Motte	8
Monaco	8
Le Lavandou	8
Sainte Maxime	8
Cavalaire sur Mer	7
Camargue	7
Palavas les Flots	7
Mandelieu	7
Menton	7
Canet en Roussillon	6
La Londe	6
Port Vendres	6
Martigues	6
Port Grimaud	6
Juan les Pins	5
Sanary sur Mer	5
Marseillan	5
Saint Cyprien	4
Gruissan	4
Frontignan	4
Saintes Maries de la Mer	4
Cerbère	3
Golfe Juan	3
Saint Laurent du Var	3
Camon	3
Narbonne	3
Istres	1
Carqueiranne	2
Saint Cyr les Legues	2
Fréjus	2
Cap d'Ail	2
La Seine sur Mer	2
Leucatee	2
Perpignan	2
Bormes les Mimosas	2
Villefranche sur Mer	2
Montpellier	2
Port-la-Nouvelle	2
Saint Chamas	2

Cogolin	1
Saint Cyr sur Mer	1
Istres	1
Méze	1
Valras Plage	1
Beaucaire	1
Giens	1
Beaulieu sur Mer	1
Port Barcares	1
Théoule sur Mer	1
Villeneuve Loubet	1
Agay	1
Berre l'Etang	1
Le Barcares	1
Six-Fours-les-Plages	1
Banyuls sur Mer	0
Les Embiez	0
Saint Louis de Rhône	0
Saint Pierre la mer	0
Port-Cros	0
Total	298

Des ports français fréquentés (port d'attache + ports d'escale) variés et qui représentent tous les bassins de navigation (suite)



N = 739
(faisant de la plaisance en France)

1,3 citations en moyenne

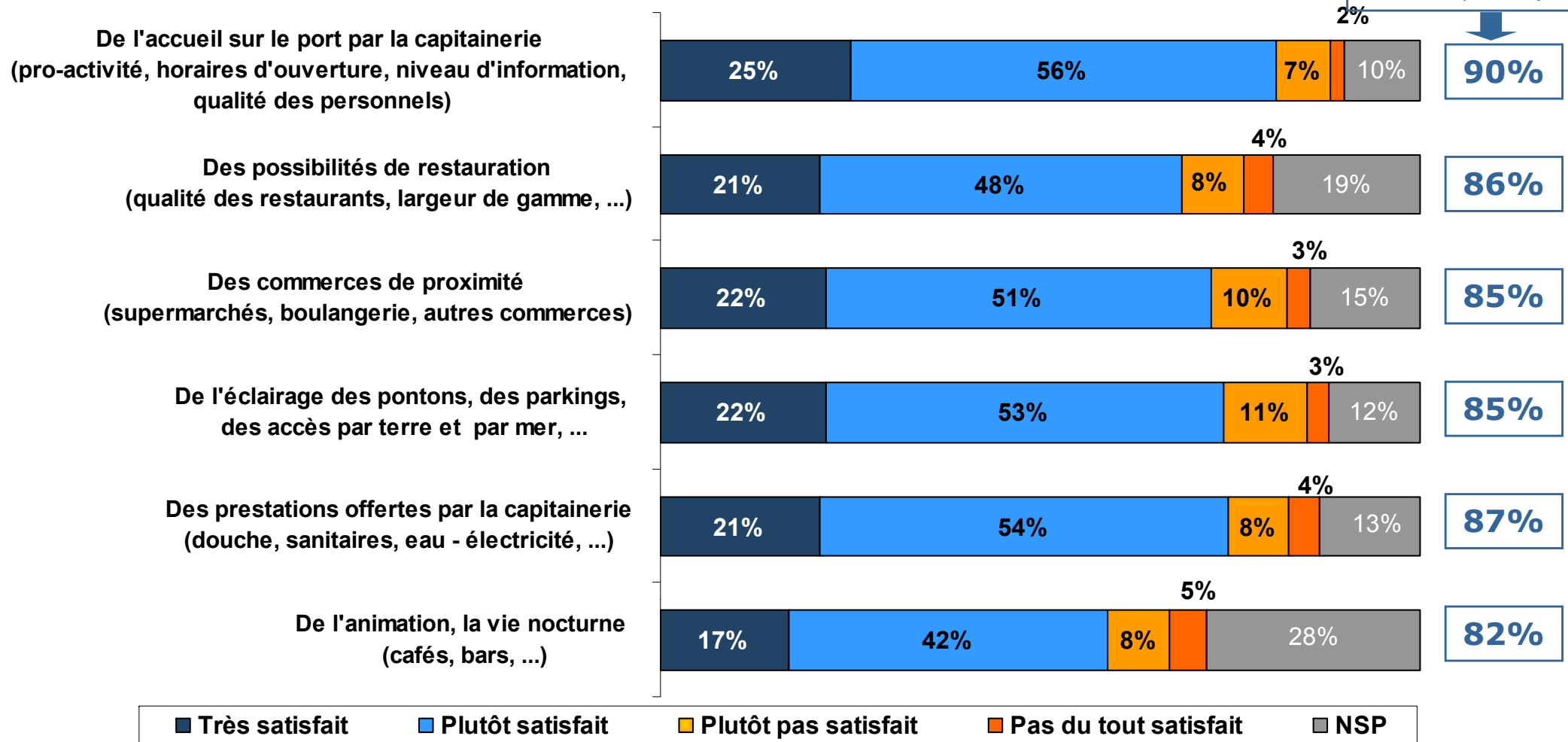
Manche - Mer du Nord	
Cherbourg	19
Boulogne sur Mer	16
Le Havre	14
Dunkerque	13
Deauville	11
Calais	9
Ouistreham	9
Dieppe	9
Îles de Jersey et Guernesey	7
Saint Vaast la Hougue	7
Granville	6
Saint Valery sur Somme	6
Gravelines	4
Trouville	3
Courseulles sur Mer	3
Le Tréport	3
Caen	2
Fecamp	2
Saint Valery en Caux	2
Dives sur Mer	2
L'île de Wight	2
Le Crotoy	2
Saint-Omer	2
Le touquet	1
L'îles des Comores	1
Port-en-Bessin-Huppain	1
Trélon	1
Cabourg	1
Barneville Carteret	1
Le Hourdel	1
Malo-les-Bains	1
Portbail	1
Bréhal	0
Perros-Guirec	0
Étaples	0
Saint-Hilliers	0
Total	94

Bretagne	
La Trinité sur Mer	48
Saint Malo	45
Concarneau	44
Lorient	38
Belle-Île	32
Benodet	28
Brest	26
Vannes	20
Quiberon	17
Le Croesty	16
Saint Brieuc	11
Groix	8
Perros Guirec	8
Billiers	7
Arzon	7
Trebeurden	7
Paimpol	7
La Forêt Fouesnant	6
Douarnenez	5
Arzal Camoel	5
Golf du Morbihan	4
L'archipel de Glénan	4
Morlaix	3
Locmiquelic	3
Saint Quay Portrieux	3
Cancalle	3
Saint-Gildas-de-Rhuys	3
La Roche Bernard	3
Le Guilvinec	3
Larmor Plage	2
Combrit	2
Port Louis	2
Saint-Lunaire	2
Binic	2
Névez	2
Redon	2
Saint Cast Le Guildo	2
Port Navalo	2
L'Aber Wrac'h et L'Aber Benoit	2
Camac	2
L'île de Hoëdic	2
L'île du Ponant	2
Lanvéoc et Camaret-sur-Mer	2
Locquirec	2
Ploemeur	2
Ploudalmézeau	2
Ploumanach	2
Saint-Pabu	2

Crozon	1
Pléneuf-Val-André	1
Audierne	1
Loctudy	1
Loguivy-de-la-Mer	1
Plougastel Daoulas	1
Roscoff	1
L'île du Ouessant	1
Quimper	1
île Aux Moines	1
Pomchet	1
Saint-Briac	1
Argol	1
Lezardieux	1
Pontfrieux	1
Sainte Marine	1
Bréhec	1
Camaret-sur-Mer	1
Erquy	1
Sarzeau	1
Arradon	1
Carantec	1
Le Conquet	1
Guidel	0
Auray	0
Plouescat	0
Total	244

Satisfaction globale vis-à-vis de la qualité des ports

Diriez-vous que vous êtes satisfaits ...



Très satisfaits + Plutôt satisfait
(ramené au % de plaisanciers s'étant exprimés)

90%

86%

85%

85%

87%

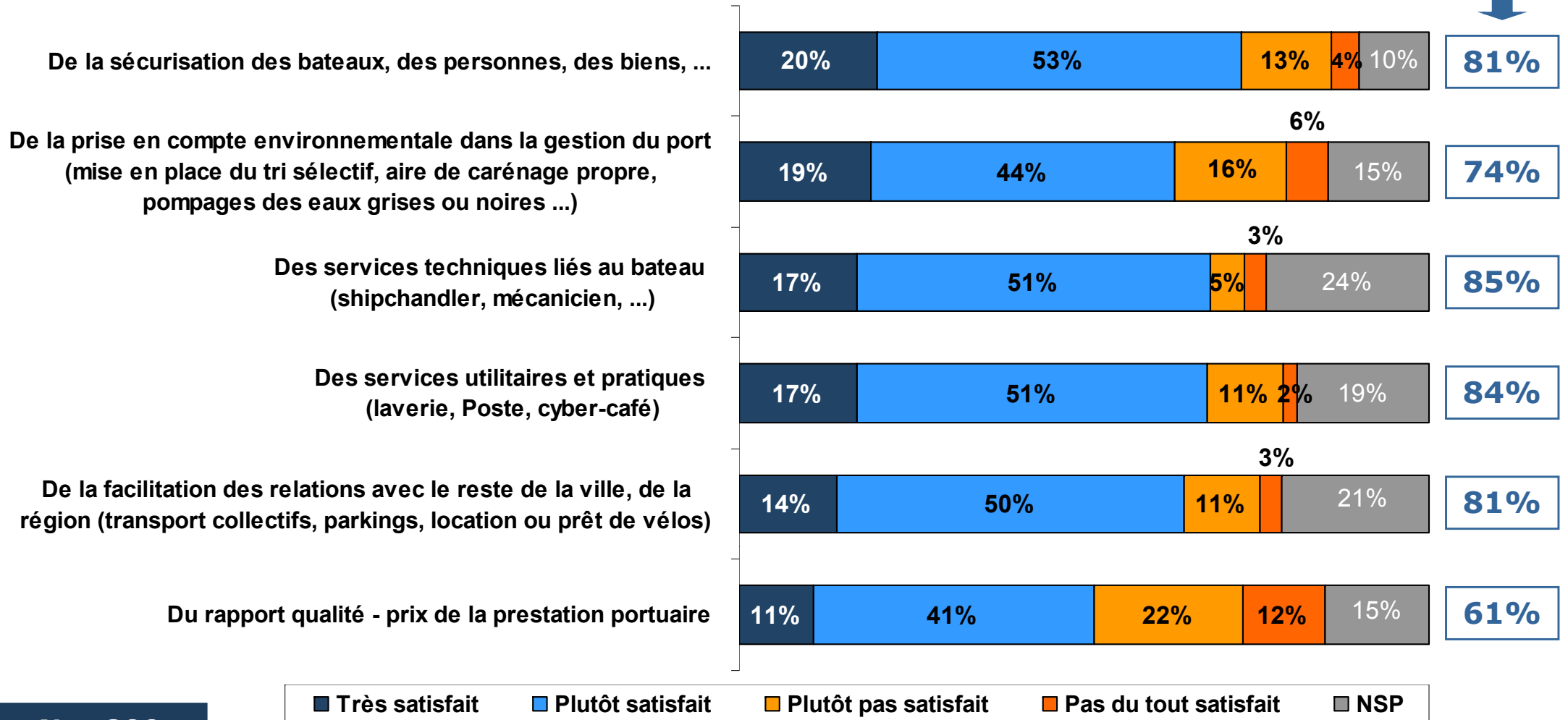
82%

N = 800

Satisfaction globale vis-à-vis de la qualité des ports (suite)

Diriez-vous que vous êtes satisfaits ...

**Très satisfaits
+ Plutôt satisfait**
(ramené au % de plaisanciers s'étant exprimés)



N = 800

■ Très satisfait ■ Plutôt satisfait ■ Plutôt pas satisfait ■ Pas du tout satisfait ■ NSP

Des plaisanciers plutôt satisfaits de la prestation de gestion des ports : les "basiques" étant, d'après eux, assurés

(avec entre 70 et 80% de satisfaits, dont 20 - 25% de très satisfaits).

- Accueil et prestations (douche, sanitaires, eau - électricité) offertes par la capitainerie
- Présence de commerces de proximité, de possibilité de restauration, de lieux de vie nocturnes
- Éclairage des pontons

Qui sont plus critiques sur la dimension services

(taux de clients très satisfaits systématiquement inférieur à 20%, et taux de clients insatisfaits un peu plus élevé que sur la prestation de base)

- Que ce soit sur les **services "techniques"** : sécurisation des biens et des personnes, prise en compte environnementale dans la gestion du port, services techniques liés à l'entretien du bateau
- Sur les **services "utilitaires"** : de **vie pratique** (laverie, Poste, cyber-café) ou de **lien avec la ville ou la région** (transports collectifs, parkings, location ou prêt de vélos)

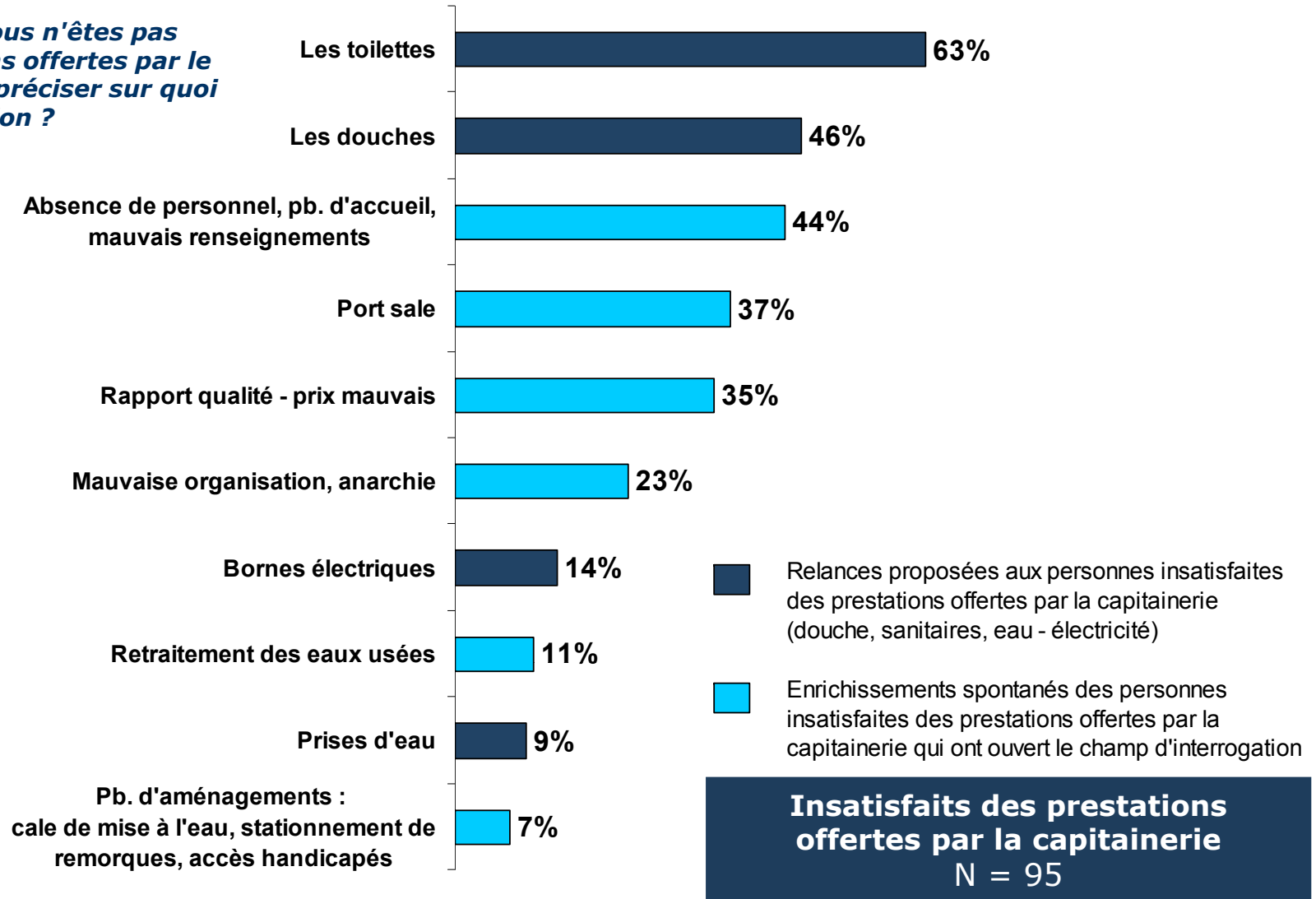
Mais qui restent "normalement critiques" sur le rapport qualité - prix des ports

(1/3 d'insatisfaits, dont la moitié seulement de pas du tout satisfaits)



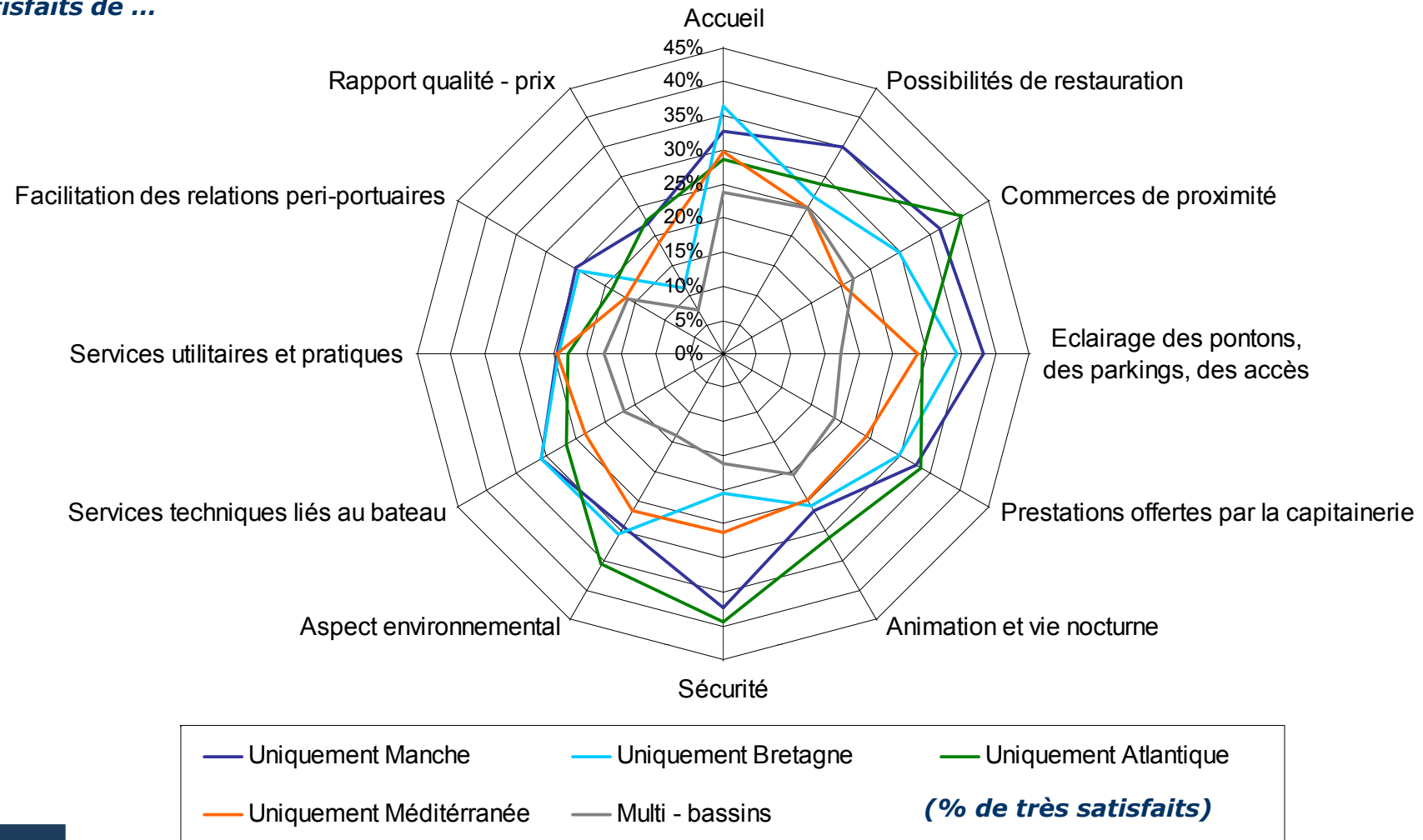
Focus sur les insatisfaits des prestations offertes par la capitainerie (douche, sanitaires, eau - électricité)

Vous m'avez dit que vous n'êtes pas satisfait des prestations offertes par le port, pouvez-vous me préciser sur quoi porte votre insatisfaction ?



Niveau de satisfaction en fonction des bassins fréquentés

Diriez-vous que vous êtes satisfaits de ...



N = 800

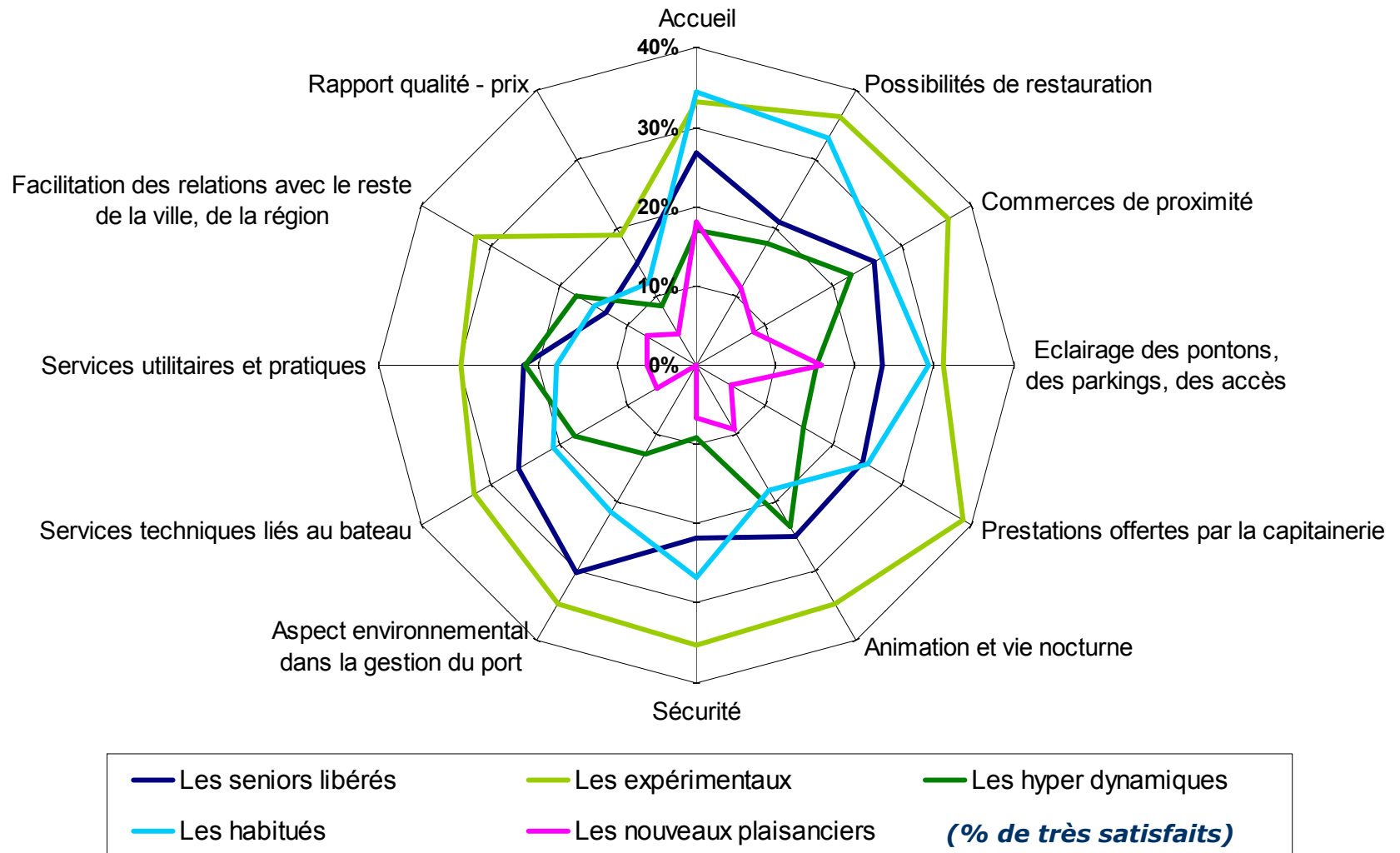
Les bassins de navigation fréquentés jouent sur le niveau de satisfaction des plaisanciers à l'égard des ports (d'attache ou d'escale)

- Les plaisanciers "Atlantique" et les plaisanciers de la Manche sont les plus satisfaits des services et prestations portuaires et péri-portuaires, et se montrent finalement plus satisfaits que les autres du rapport-qualité prix de l'offre.
- À l'opposé, les plaisanciers "multi-bassins" sont les plus critiques et sur quasiment tous les critères, juste devant les plaisanciers naviguant plus particulièrement en Méditerranée, qui sont (légèrement) plus positifs.
- De leur côté, les plaisanciers naviguant en Bretagne discriminent davantage leur niveau de satisfaction en fonction des critères
 - Ils sont plus satisfaits que les autres sur l'accueil de la capitainerie, les services techniques liés au bateau ou la facilitation de l'exploration au-delà du port (majorité de ports en ville),
 - mais sont les plus critiques sur l'aspect "sécurisation", sans doute en lien d'une part, avec le caractère "ouvert" des ports bretons, et d'autre part, avec la moindre proportion de ports de cette région ayant mis en place des systèmes d'accès limités aux pontons.



Niveau de satisfaction en fonction des segments

Diriez-vous que vous êtes satisfaits de ...



N = 800

■ Les seniors libérés
 ■ Les expérimentaux
 ■ Les hyper dynamiques
■ Les habitués
 ■ Les nouveaux plaisanciers
 (% de très satisfaits)

Des positions très discriminées des différents groupes de plaisanciers



Les **expérimentaux** montrent le **niveau de satisfaction le plus élevé sur l'ensemble des critères** : leur pratique récente et son caractère épisodique les rend peu exigeants sur les prestations et services mis à disposition.



Les **habitués** montrent des **niveaux de besoins peu élevés et sont assez satisfaits de l'offre portuaire** : ils sont cependant un peu en retrait concernant les services techniques liés au bateau, les services utilitaires et pratiques. Au final, ils ont une position intermédiaire sur la satisfaction à l'égard du rapport qualité / prix de l'offre.



La **similitude des seniors libérés et des hyper-dynamiques sur les besoins se retrouve en partie dans leur niveau de satisfaction**, les hyper-dynamiques étant toutefois un peu plus critiques, en particulier sur : la sécurité, la gestion environnementale du port et les services techniques liés au bateau.

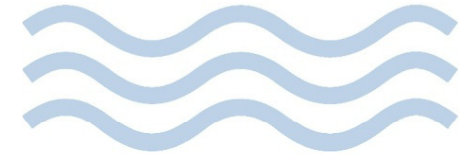


Enfin, les **nouveaux plaisanciers, quant à eux, se montrent très critiques** – et beaucoup plus que tous les autres groupes – sur quasiment tous les critères avec une insatisfaction très marquée sur les aspects environnementaux et le rapport qualité-prix de l'offre.



Les enseignements de l'enquête qualitative

Des attentes et attitudes transverses aux différents profils



■ Une attente d'animation

- Parce que la plaisance est toujours associée à la convivialité, le port doit porter cette dimension
- Une attente qui concerne d'abord des lieux de vie
 - Des bars et des restaurants pour poursuivre sur terre, ce qui se développe sur mer
 - A minima, des commerces de proximité permettant d'acheter des produits de première nécessité
 - Des boutiques, voire des animations (ventes aux enchères, défilés de bateaux)
- Se prolonge dans la présence de professionnels de la plaisance
 - Plate-forme technique, zone de carénage...
- Et la proposition de mise à disposition / location de moyens de locomotion (vélo, voiture) pour rejoindre les centres / lieu de vie à proximité

■ Une préoccupation de principe pour l'environnement

- Un facteur qui ne conditionne ni le choix du bateau ni les attentes en matière d'évolutions nécessaires des ports
- Une attitude fondée sur la conviction que le plaisancier est par essence respectueux de l'environnement (amour de la mer, tri des déchets etc.)
- Seule la propreté à quai et sur le port les sensibilise plus

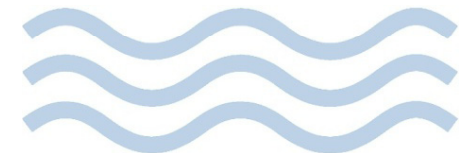
■ Une forte sensibilité à ne pas voir altérer sa quête liberté

- Si une fois sur l'eau, les plaisanciers acceptent de se plier à des exigences de sécurité et de réglementation, ils sont, à l'inverse, très attachés au fait de pouvoir disposer pleinement de leur bateau. Dès lors, toute contrainte doit apporter son lot de bénéfices pour être acceptée.

Pour cette cible, une approche globale des ports

Le mode passion

- **Bien que leur bateau soit amarré dans un port donné, leur expérience plurielle les conduit à aborder le port dans une acception globale**
 - Ce qui fait la spécificité de ce groupe est de ne pas parler de leur port d'attache mais de parler du port comme un **lieu d'escale ou d'amarrage**.
 - Leur expérience et leur **expérimentation de nombreux ports**, en France et à l'étranger, leur servent de référents et aiguissent leurs attentes.
 - Leur fréquentation de différents ports les conduit enfin à avoir une **approche nationale et non territoriale** de la gestion des ports et de leurs possibles évolutions.
- **En conséquence, toutes les propositions d'offres présentées vont être "reformatées" au travers de ce prisme**
 - Le pass inter-port prendra une dimension nationale
 - Le principe de location (de vélos ou de voiture) devient le Vélib ou l'Autolib (réfèrent fort)
 - La carte bancaire permet l'accès aux services, bien mieux qu'une carte dédiée à un port
- Leur pratique continue les rend tout particulièrement **sensibles aux variations** (durant l'année, entre les ports ...) et les prédisposent à **rechercher une harmonisation**
 - **Harmonisation tarifaire** sur l'année tout d'abord, car ils vivent très mal la variation saisonnière qui leur saute aux yeux et les renvoie à l'image négative de touristes.
 - **Harmonisation des services et de l'animation** tout au long de l'année afin d'éviter les "ports morts" en dehors des mois de juillet et août.
 - Avec une attente de "service minimum" à assurer de la part des capitaineries
 - **Harmonisation de l'information** disponible dans les ports, aujourd'hui assurée par les sites Internet développés par les ports et relativement satisfaisante selon eux.



Des attentes qui portent avant tout sur le service

- **Ni le prix, ni l'obtention d'une place à l'année ne sont évoqués**
- **En revanche, de réelles voies d'amélioration sont attendues quant à la qualité de service dans les ports français :**
 - **La mise à disposition d'une place lors d'escale**
 - A l'inverse des ports étrangers, la France pâtirait d'une absence ou d'un non respect des places visiteurs qui rendrait contraignante l'arrivée dans un port.
 - **La sécurité dans les ports, avec une réelle crainte du vol**
 - Le niveau de confort et d'équipement de leur bateau, tout comme leur équipement informatique et personnel augmentent la valeur symbolique du bateau
 - Le gardiennage, les caméras et accès privatisés constituent des besoins largement exprimés (rejoignant les préoccupations exprimées lors de la phase quantitative)
 - **L'accueil**
 - Avec omniprésente, la référence à des pays tels que l'Espagne ou l'Angleterre qui ont su se différencier en proposant un accueil performant
 - Tant sur le plan humain, en dédiant des équipes facilement identifiables dès l'arrivée,
 - Que sur le plan technique avec des aides à la manœuvre pour se mettre à quai.

Au delà de l'accueil, cette prestation constitue, en effet, un principe sécuritaire apprécié, soit parce qu'ils ne connaissent pas le port donc les manœuvres adaptées pour ne pas endommager leur bateau et celui des autres, soit parce que les conditions météorologiques peuvent être peu favorables (tempête).

Des attentes qui portent avant tout sur le service (suite)

Le mode passion



- **Des prestations plus qualitatives, que ce soit pour la capitainerie, l'équipement sanitaire ou la prestation technique :**
 - S'ils ont conscience que la réalité économique des ports ne permet pas un accueil 7 jours /7 et 24 heures /24, ils déplorent une **amplitude du service trop restreinte** qui laisse peu de place à une arrivée tardive, alors que celle-ci n'est pas toujours le fait du plaisancier (météo).
 - Ce qui suscite une **attente de "service minimum"** qui permette au moins de pouvoir disposer d'un "service de garde" en cas de besoin (avec un numéro d'appel).
 - Ils attendent également un niveau de **prestation et d'équipement** qui répondent aux **besoins inhérents à des sorties en mer de plusieurs jours**.
 - Des **douches plus nombreuses, mieux aménagées, avec de l'eau chaude, ouvertes tard le soir**
 - Des **bornes électriques à plus fort ampérage** afin de couvrir les besoins de l'équipement ménager intégré
 - Des **bornes WiFi**
 - Une **supérette** (voire simplement un distributeur "*comme aux USA*") qui permettent de se ravitailler sur des produits de première nécessité (nécessaire de toilette, boissons, ...)
 - Et des **compétences d'ordre technique pour l'entretien du bateau**
 - Le niveau d'équipement croissant de leur bateau réclamant une expertise technique et technologique nouvelle.
- **L'écologie n'est abordée que secondairement, et exclusivement sous l'angle de la propreté des ports**
 - Ce n'est ni un critère de choix de bateaux, ni une attente dans la mesure où, selon eux, leur passion implique nécessairement le respect de l'écologie.

Avec des attentes émergentes et féminines

Le mode passion

- **Sans être en opposition avec les valeurs et attentes de leurs homologues masculins, les femmes, qu'elles soient compagnes ou "commandants de bord", font état d'attentes spécifiques qui vont dans le sens d'un accroissement du niveau des prestations dans et hors du bateau**
 - Une **attente de confort** qui a déjà reconfiguré le bateau (équipement électro-ménager, chauffage...) et qui se prolonge sur le port au niveau des équipements sanitaires
 - Avec une attention toute particulière à la propreté, la proximité et la multiplicité des équipements.
 - Une **attente de convivialité** au delà des lieux classiques (bars, restaurants...), qui se retrouve dans l'intérêt porté aux concepts d'espaces de rencontre "familiaux" où elles pourraient aller seules ou avec les enfants, alors que "les hommes" s'occupent de l'entretien du bateau.
 - Une **attente d'animation commerciale** qui commence par la présence de supérettes.
- **Plus qu'une attente "féminine", il faut selon nous comprendre ces tendances comme l'expression de cibles qui ont de la plaisance une approche moins ascétique**
 - Incarnées aujourd'hui par les femmes accompagnatrices qui suivent depuis toujours leur conjoint mais entendent aujourd'hui instaurer une contre-partie à leur présence en prescrivant un niveau supplémentaire de confort, elles peuvent être étendues aux nouveaux arrivants à la plaisance dont le modèle de pratique se rapproche de la croisière et pour lesquels le confort est une composante classique d'une "offre touristique".

A un second niveau, une attente qui porte sur l'animation et la connexion du port à d'autres zones

Le mode passion

- S'ils rejettent une vision du port de type "marina" - connotée touristique et superficielle - ce profil de plaisanciers est en revanche **très sensible à l'animation portuaire**.
- Et c'est vraisemblablement **sur cette thématique que l'offre portuaire leur paraît la plus inégale**, sans pour autant qu'ils interprètent ces écarts de prestations entre les ports comme une carence de services.
 - Ils mettent ainsi en avant l'enclavement naturel ou économique des plus petits ports qui ne peuvent de fait, pas développer le même type / niveau d'infrastructure.
- En tout état de cause, **dans une approche idéale, le port est :**
 - **Un lieu de convivialité** (restaurant / bar / commerces) qui leur permet à la fois :
 - De prolonger à terre les relations qu'ils ont tissées en mer avec l'équipage
 - De rencontrer des locaux et tisser de nouvelles relations
 - Voire de rencontrer les pêcheurs pour dépasser leur antagonisme ancestral
 - **Un point de connexion vers des zones plus animées ou marchandes** (centre ville, supermarché), qui de ce fait doit mettre à disposition des moyens de transport
 - Location / Mise à disposition gratuite de véhicule, de vélos ...
 - Un **"coin de territoire"** (et surtout pas un lieu artificiel, créé de toute pièce).



Des attentes qui concernent avant tout le respect de leur espace de navigation et de vie sociale

Le mode loisirs

■ Un attachement profond au port, comme à leurs prérogatives en tant que plaisanciers amarrés à ce port

- Les "locaux" conçoivent leur port d'attache comme un **espace qui leur est réservé**. Or, ils ont le sentiment **qu'ils ne peuvent en disposer à leur convenance**.
 - *"Les parkings proches du port sont remplis par des touristes."*
 - *"Des camping-cars abusent de l'eau et de l'électricité du port (sans les payer)."*
 - *"Les places sont occupées par des bateaux qui ne vont jamais en mer et qui limitent le nombre de place"*

De sorte que, spontanément, ils sont en quête de **solutions visant à optimiser la gestion actuelle** plutôt qu'à revendiquer des ports plus grands

- Une intervention du secteur privé pourrait permettre de réguler plus efficacement les parkings mais aussi les équipements sanitaires et écologiques (pompes pour les vidanges).
- Une gestion plus performante des emplacements permettrait d'écarter voire de sortir les bateaux qui ne sortent pas.
- On note une difficile acceptation "d'inconnus" sur leur "territoire" et de partage des espaces.

■ Une sensibilité voire une susceptibilité forte à la thématique écologique

- Comme pour les autres plaisanciers, leur amour de la mer induit nécessairement des comportements écologiques. Dès lors, le simple fait de leur proposer d'acquérir des produits écologiques est interprété comme une remise en cause de leur respect et de leur identité de plaisanciers

Pour le reste, des attentes qui portent sur l'animation du port

Le mode loisirs

- **Suivant les mêmes attentes de "réappropriation" de l'espace portuaire, les locaux aspirent à en faire un espace de vie et de convivialité**
 - Une attente essentielle d'espace de **convivialité**
 - Une attente logique et évidente, alors même que les affinités entre plaisanciers sont multiples (professionnelle, amicale, familiale) et anciennes
 - Une animation qui porte sur des bars, mais aussi sur des commerces de proximité
 - Une attente d'optimisation des **services existants**
 - Avec en premier plan, une attente de **services émanant de la capitainerie** ; le rôle de celle-ci est jugé d'autant plus essentiel que les marées ou les tempêtes peuvent occasionner des dommages importants pour les bateaux et les plaisanciers
 - Voire de **services techniques** tels que la station de carénage
 - Un **refus de "structurer" l'espace portuaire suivant d'autres règles que les leurs**
 - Le port apparaît comme **un espace socialement codifié**. L'emplacement conditionne le voisinage, l'ancienneté et par là même l'identité du plaisancier.
 - A titre d'exemple, la réorganisation du port suivant une logique de fréquence de sortie viendrait bouleverser cet ordonnancement (perte de repère) et risquerait de stigmatiser **"le local qui ne sort pas suffisamment"** qui ne serait donc pas un plaisancier à part entière.



Le port est une composante du lieu de villégiature

Le mode vacances

- **Ce profil de plaisanciers tend à considérer le port comme une composante essentielle de leur "séjour balnéaire"**
 - Tout comme les bars et restaurants, l'espace portuaire doit contribuer à animer et embellir leurs vacances
 - Ce qui suppose qu'il soit animé
 - *"J'avais vu une vente aux enchères sur un port. J'avais beaucoup aimé"*
 - *"Sur la Côte, c'est agréable car il y a les boîtes de nuits. Ça fait du bruit, mais bon, on est en vacances."*
 - Et propre à quai
 - *"Les poubelles flottantes c'est bien."*
- **De fait, ces plaisanciers ont une approche du port qui s'apparente au modèle de la marina**
 - La place de port est considérée comme **une annexe de l'habitation** occupée
 - Nombreux sont ceux qui ont acheté / louent tous les ans une résidence proche du port
 - La place de port fait alors office de "jardin"
 - *"De la fenêtre de mon appartement, je peux voir mon bateau"*
 - Comme le port s'inscrit dans la continuité de leur habitation, ils ont tendance à vouloir **privatiser l'espace du port** :
 - Comme tous les autres plaisanciers, ils souhaiteraient pouvoir disposer de **l'usage exclusif** des parkings à proximité du port et des infrastructures.
 - *"Il faut que ça fasse comme les Yachts Club"*
 - *"Que ce soit comme au camping. On prend une place et on a accès à la piscine, les salles de jeux..."*
 - Mais, au-delà des autres profils, leur volonté d'avoir un espace, **un territoire réservé**, est très affirmée. Et là encore, le **modèle résidentiel s'appose comme référent**
 - *"Moi je voudrais que l'on puisse acheter des anneaux en copropriété. Comme les studios des montagnes."*
 - *"Il faudrait que les pontons et parkings ne soient accessibles qu'avec une carte de résidence."*
 - La valeur ajoutée de la capitainerie n'est pas perçue..

Une propension naturelle à apposer le modèle de la voiture sur l'organisation des ports

Le mode vacances

- **Dans leur perception du bateau comme dans leur pratique de la plaisance, le référent automobile est omniprésent**
 - Le bateau est présenté suivant des critères de performance moteur
 - Même les propriétaires de voiliers déclarent se déplacer la plupart du temps au moteur
 - Leur pratique, essentiellement estivale et dans le Sud de la France, les conduit à se confronter aux départs en vacances massifs
 - *"Des embouteillages sur la route puis après dans les parkings"*
 - *"C'est beaucoup de pollution avant d'être en pleine mer"*
- **Dès lors, toutes les évolutions perçues des ports passent par le prisme automobile**
 - Ils apprécieraient le **transport de leur bateau par le train** (train bateau comme il existe des trains autos), ce qui diminuerait les contraintes et les risques d'un trajet avec remorques.
 - **Le prix de l'essence** sur les ports est spontanément évoqué comme prohibitif.
 - Certains ont déjà mis leur **bateau en port à sec** et le concept a plutôt séduit les propriétaires de bateaux moteurs.
 - Plus qu'un attachement à une place précise dans le port, cette clientèle est sensible à **la facilité pour trouver son bateau**. Dès lors, une organisation semblable à celles des aéroports leur semble être de mise
 - *"Il faut un ponton visiteurs, comme il y a des parkings visiteurs. Puis après, distinguer des P1, P2, P3 comme dans les aéroports."*

Une forte appétence pour les services associés

Le mode vacances

■ L'attitude et les pratiques de ce profil de plaisanciers les conduisent à privilégier trois types d'attentes

- Des attentes **d'espaces de convivialité** pour se retrouver et **marquer leur statut "d'utilisateur privilégié"**
 - Tout comme les autres clientèles, celle-ci éprouve un réel plaisir à **partager et se retrouver "entre soi"** (sur leur bateau, dans les bars / restaurants)
 - *"Pour le 14 juillet, on invite des amis à venir voir le feu d'artifice sur notre bateau. C'est génial."*
 - *"On s'invite mutuellement entre voisins. A force de se voir tous les ans, on crée des liens."*
 - Mais plus que les autres, cette cible est **sensible à la dimension de club, d'espace réservé**
 - *"Sur le modèle des clubs d'aviateurs ou les Yachts Club."*
- Des attentes de **services de nature à accroître leur confort**
 - Une logique de *"tout à portée de mains"* qui leur **facilite la vie**
 - *"J'ai passé un week-end à l'île d'Oléron et il y a un bateau qui passe et qui vous amène des glaces et des boissons. J'ai trouvé ça très bien."*
 - *"Quand on a un bateau, on ne va pas sur la plage. Donc on n'a pas les bénéfices des marchands de glace."*
 - *"J'ai déjà vu un service de bateau qui venait collecter les poubelles."*
- Des attentes de **services techniques pour palier leur manque de connaissance**
 - Une attente de professionnels à proximité :
 - *"Les points techniques c'est le noyau. On nous donne des conseils."*
 - *"Il faut des confédérations de réparateurs à proximité."*



Et des attentes mineures

Le mode vacances

■ La sécurité est en retrait parce qu'ils ont l'impression, qu'aujourd'hui les ports et notamment les plus grands, sont sécurisés

"Que cela concerne les vols ou la sécurité sur les pontons, les ports ont une bonne prestation"

- De plus, le réseau relationnel entretenu entre plaisanciers sert de terreau à une surveillance / vigilance réciproque
 - *"On a toujours un œil sur les bateaux des voisins. C'est normal, on s'entraide."*

■ L'écologie n'est abordée que secondairement et exclusivement sous l'angle de la propreté des ports

- Comme pour les autres cibles de plaisanciers, ce n'est ni un critère de choix de bateaux, ni une attente dans la mesure où selon eux, leur pratique ne génère pas de pollutions
 - Comme ils ne dorment pas à bord et sortent à la journée, **les déchets sont limités**
"On a un sac plastique que l'on dépose dans une poubelle en arrivant au port."
 - Le nettoyage de leur bateau ne leur apparaît pas comme polluant
"Ce n'est que du sel, des algues et des coquillages"
"L'anti-fouling, on ne le fait pas n'importe où."
- Surtout, ils ont le sentiment que le **renforcement des règles sera contre-productif**
"S'ils commencent à faire payer les déchèteries, plus personne n'ira."
"Qui dit réglementation dit papperasse. Ça se fera n'importe où pour éviter de payer."

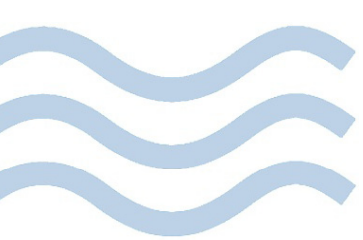




4 Perspectives pour l'offre

- **Propension à payer pour des services supplémentaires**
- **Perspectives pour l'offre sur les différents segments**

Les enseignements de l'enquête quantitative

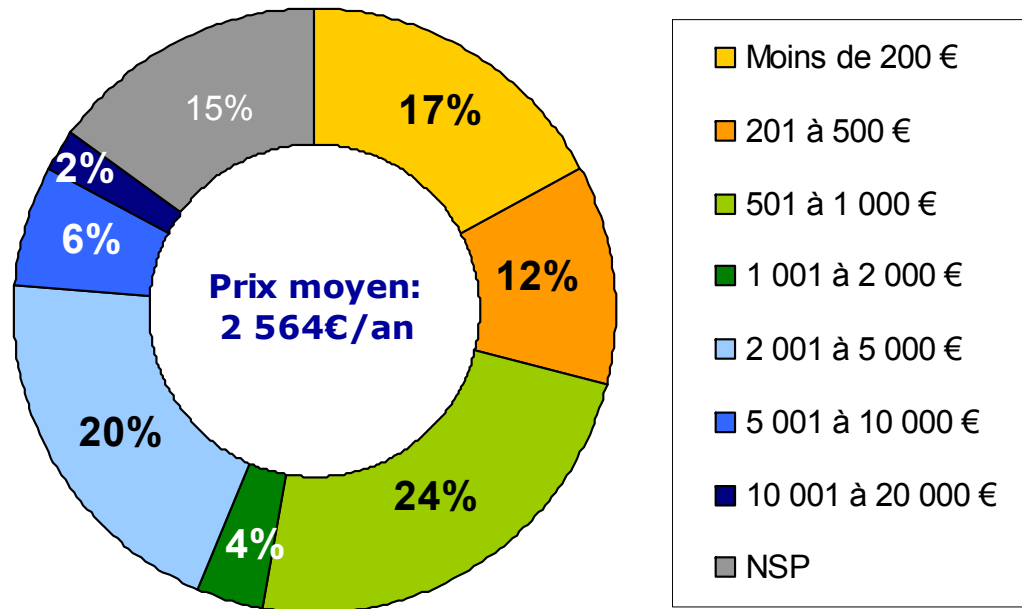


1

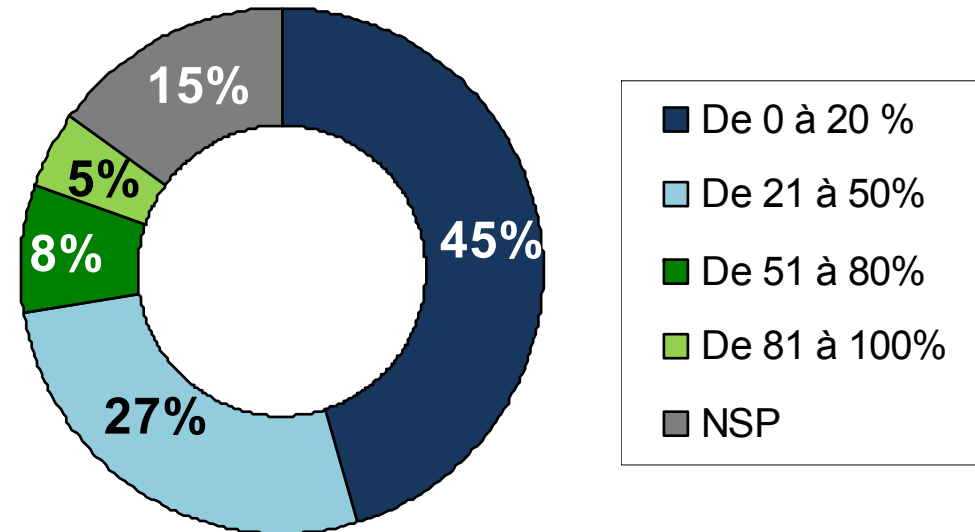
Propension à payer pour des services supplémentaires

Les plaisanciers dépensent en moyenne 2 500 € par an pour cette activité de plaisance, ce qui représente 30% (en moyenne) de leur budget loisirs – détente, traduisant ainsi le poids de cette passion dans leurs arbitrages budgétaires.

Quel budget annuel consacrez-vous en moyenne à cette activité de plaisance (en €) ?



Quelle part représente la plaisance dans votre budget de loisirs et vacances ?



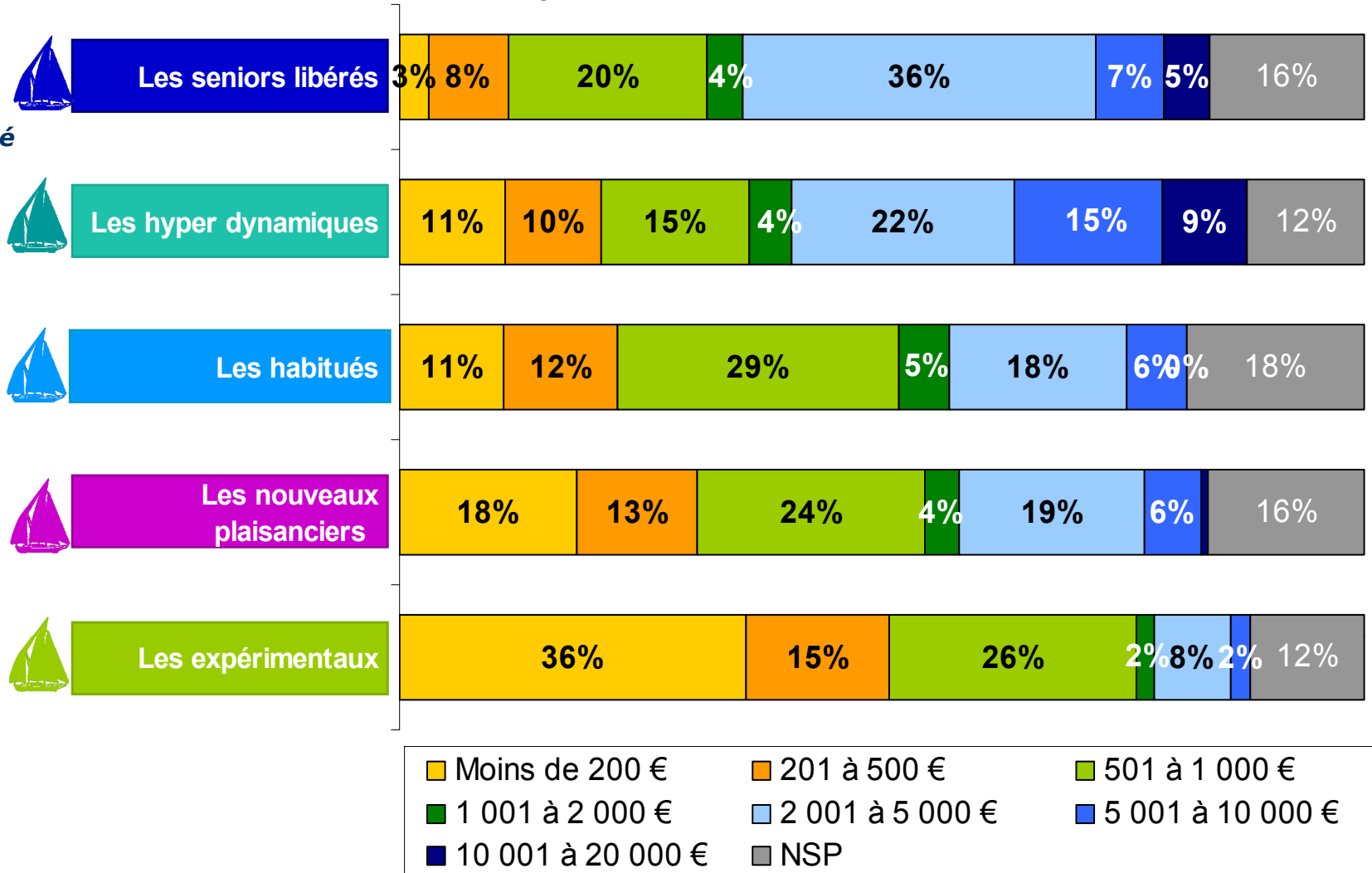
- Un budget plaisance qui se discrimine fortement selon l'âge avec des 18 – 39 ans qui dépensent 10 fois moins que les 50 – 69 ans.

N = 800

Le budget consacré reflète une combinaison logique du pouvoir d'achat de chaque groupe et de l'intensité consacrée à l'activité de plaisance

- Avec, à un extrême, les plaisanciers CSP++ qui de plus naviguent beaucoup,
- Et à l'autre, les plaisanciers très ponctuels et moins argentés.

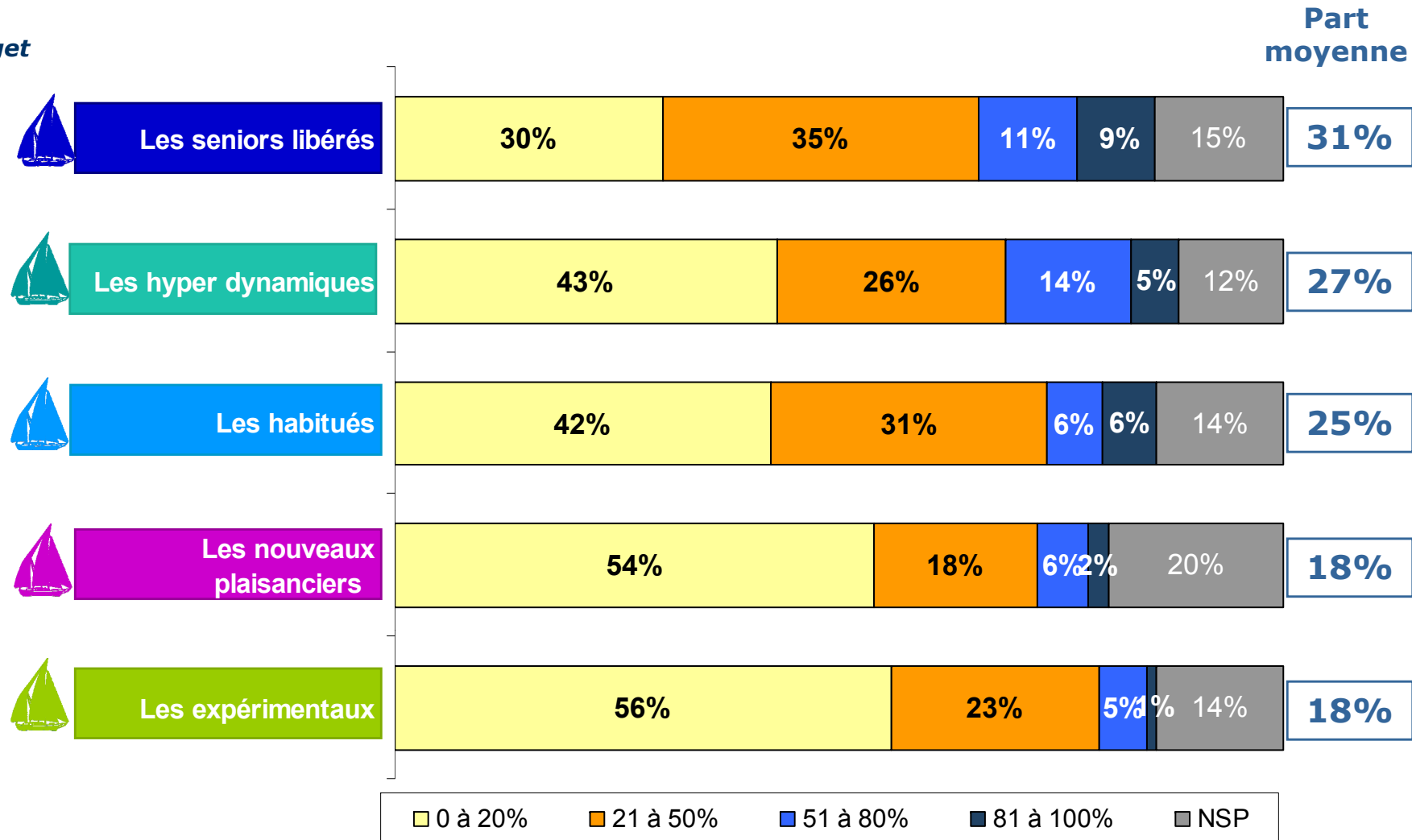
Quel budget annuel consacrez-vous en moyenne à cette activité de plaisance (en €) ?



N = 800

Les plaisanciers consacrent tous une part non négligeable de leur budget loisirs-vacances à la plaisance : de 20 à 30%.
La gradation en fonction des niveaux de revenus - CSP reste perceptible.

Quelle part représente la plaisance dans votre budget de loisirs et vacances ?

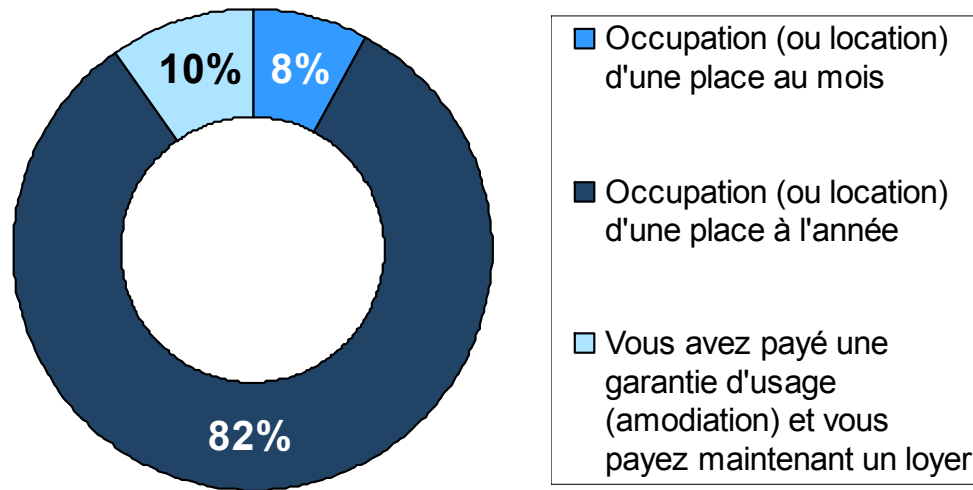


N = 800



Les propriétaires sont partagés sur la perception du prix d'occupation de leur emplacement (majoritairement payé à l'année).

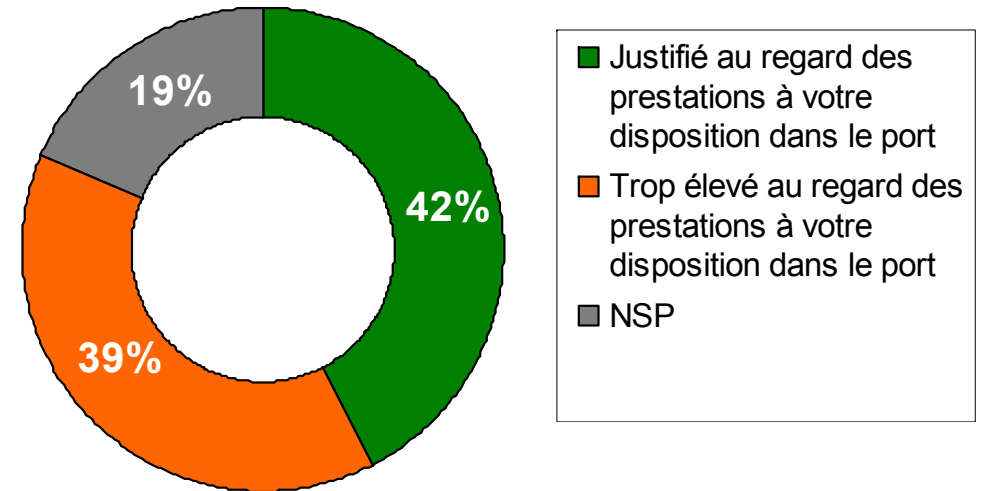
Quel est votre mode d'occupation (de location) de votre emplacement dans un port ou parking à bateau ?



Prix moyen de la place
1 800 € / an

**Propriétaires en port (à flot / à sec)
ou parking à bateau
N = 175**

Trouvez-vous ce coût ?



- Les plaisanciers jugeant le prix trop élevé payent effectivement plus cher en moyenne (2 450 € contre 1 500 € pour ceux qui le trouvent justifié)
- Les prix déclarés pour la place de port sont **plus élevés en Méditerranée** (2 500 € en moyenne) et **en Bretagne** (1 800 € en moyenne) et **plus faibles en Manche - Mer du Nord** (1 300 € en moyenne) ou **en Atlantique** (800 € en moyenne).

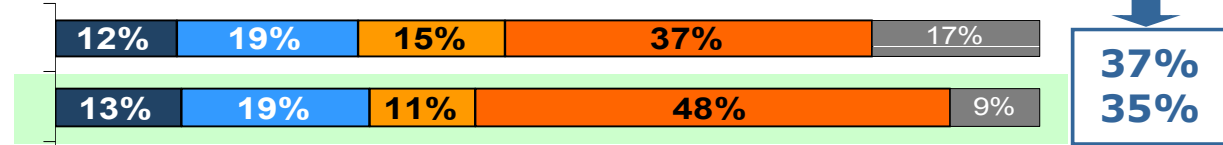
1 | Propension à payer

Réactions aux thématiques proposées

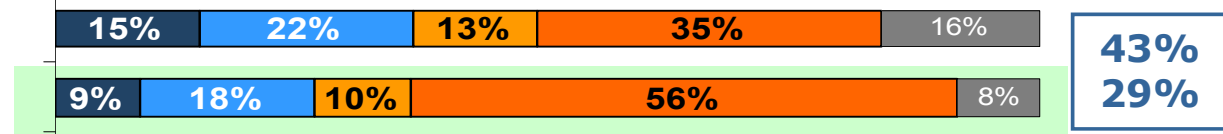
Disposition à payer davantage sa place à l'année (pour les propriétaires) ou à augmenter son budget d'escale (pour les non propriétaires) pour ...

Tout à fait disposé + Plutôt disposé (ramené au % de plaisanciers s'étant exprimé)

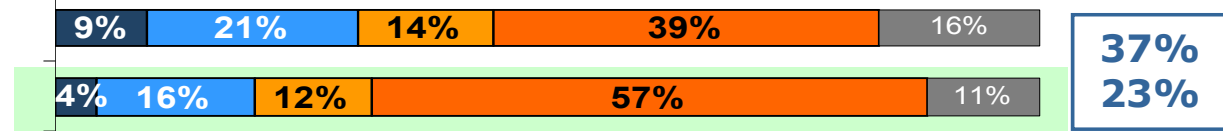
Des dispositifs de sécurisation des bateaux, des personnes, des biens, ... (vidéo-surveillance, gardiennage)



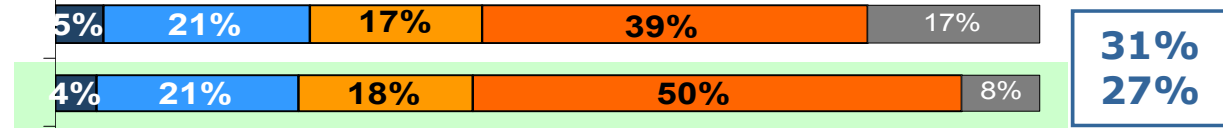
Une plus forte prise en compte environnementale dans la gestion du port (aire de carénage, tri sélectif, ...)



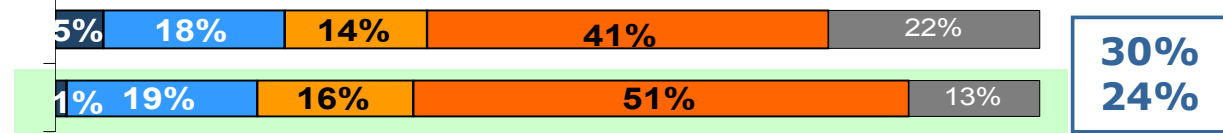
L'amélioration du confort et de la propreté des douches et sanitaires



L'augmentation de l'offre en termes de services techniques liés au bateau (shipchandler, mécanicien, ...)



Davantage de services utilitaires et pratiques (laverie, Poste, cyber-café)



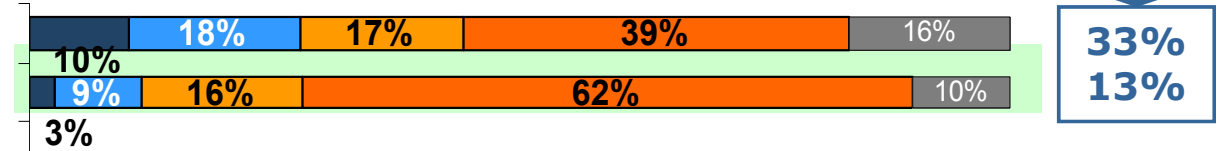
Propriétaires en port ou parking à bateau (N = 175)
Plaisanciers effectuant des sorties supérieures à la journée (N = 377)

Tout à fait disposé Plutôt disposé
Plutôt pas disposé Pas du tout disposé
NSP

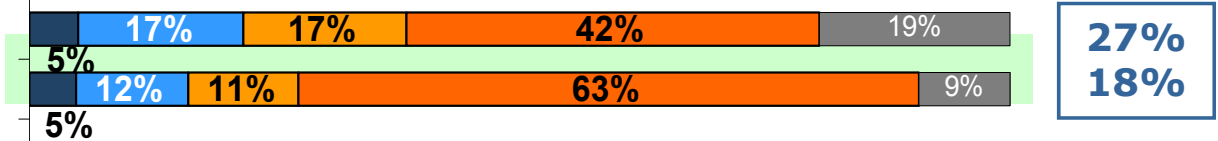
Disposition à payer davantage sa place à l'année (pour les propriétaires) ou à augmenter son budget d'escale (pour les non propriétaires) pour ...

Tout à fait disposé + Plutôt disposé
(ramené au % de plaisanciers s'étant exprimé)

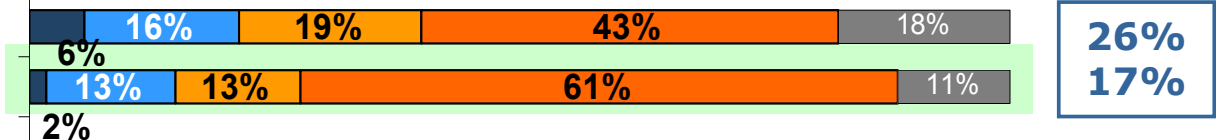
Une amélioration de l'éclairage des pontons, des parkings, des accès par terre et par mer, ...



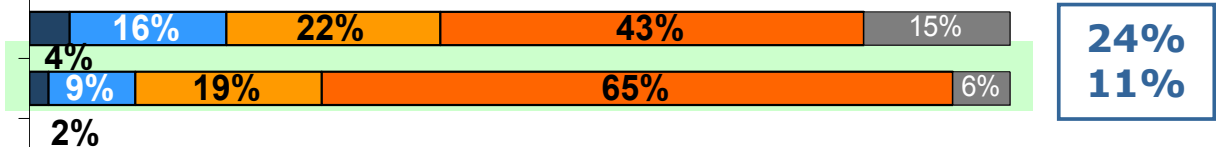
Le renforcement de l'accueil sur le port par la capitainerie (élargissement des horaires d'ouverture, formation des personnels)



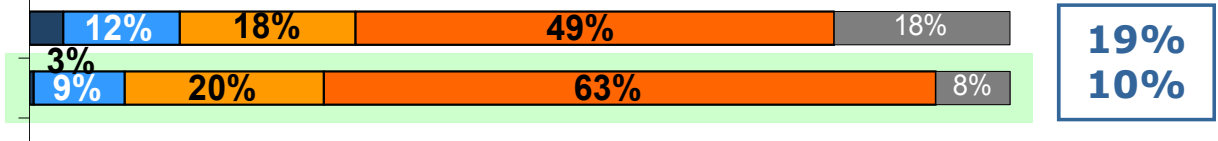
La facilitation des relations avec le reste de la ville, de la région (transports collectifs, parkings, location de vélos, ...)



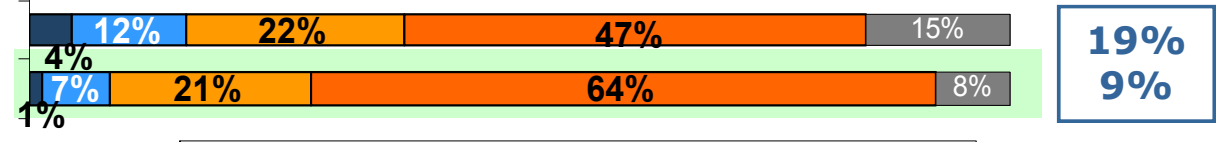
Une offre étoffée en commerces de proximité (supermarchés, boulangerie, autres commerces)



Davantage d'animation, de possibilités de vie nocturne (cafés, bars, ...)



L'augmentation des possibilités de restauration (qualité des restaurants, largeur de gamme, ...)



Propriétaires en port ou parking à bateau (N = 175)
Plaisanciers effectuant des sorties supérieures à la journée (N = 377)

Tout à fait disposé Plutôt disposé
Plutôt pas disposé Pas du tout disposé
NSP

Une propension à payer qui paraît circonscrite à certains profils

- Au maximum **40% de "tout à fait ou plutôt disposé"** à accepter l'augmentation du prix de la place de port, et entre **1 et 15% de "tout à fait disposé"**.
- Une propension à payer qui porte d'abord sur le **cœur de métier portuaire**, autour du bateau et de son équipage
 - Dispositif de sécurisation
 - Prise en compte environnementale
 - Amélioration des douches et sanitaires
 - Augmentation de l'offre en termes de services techniques et utilitaires (postes, laveries, ...)



Avant de porter sur l'animation et l'offre commerciale, qui d'ailleurs étaient jugées de façon satisfaisante.

- **Le lien avec la partie satisfaction traduit une logique d'attentes vis-à-vis de l'offre portuaire et donc de propension à payer à trois niveaux :**
 - **Les "basiques" de la prestation portuaire : une capitainerie, un port éclairé, des douches et sanitaires le tout inscrit dans un "morceau de ville"** proposant un minimum de commerces, restaurants, bars, ...
Sur ces aspects, les plaisanciers sont aujourd'hui satisfaits et ne demandent pas plus.
 - **Des "services portuaires plus pointus" : services à valeur ajoutée répondant aux évolutions des plaisanciers (chef de bord et équipage) et de leurs bateaux :** sécurisation, prise en compte environnementale, confort des sanitaires, services techniques et utilitaires ... voire facilitation des liens avec la ville et la région.
Ils sont aujourd'hui insuffisamment développés alors même que, sur ces thématiques, les plaisanciers (ou tout du moins certains - cf. ci-après) seraient prêts à payer car leurs besoins sont réels et assumés.
 - **L' "animation portuaire" (offre commerciale - accueil - information) qui finalement n'est pas revendiquée comme un besoin par les plaisanciers** (pas d'insatisfaction, propension à payer plus faible)

Les deux groupes de propriétaires se distinguent nettement par rapport aux domaines pour lesquels ils sont prêts à faire un effort financier

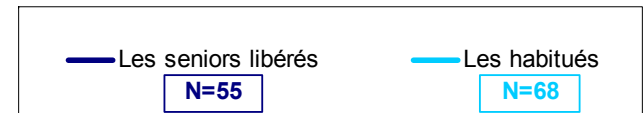
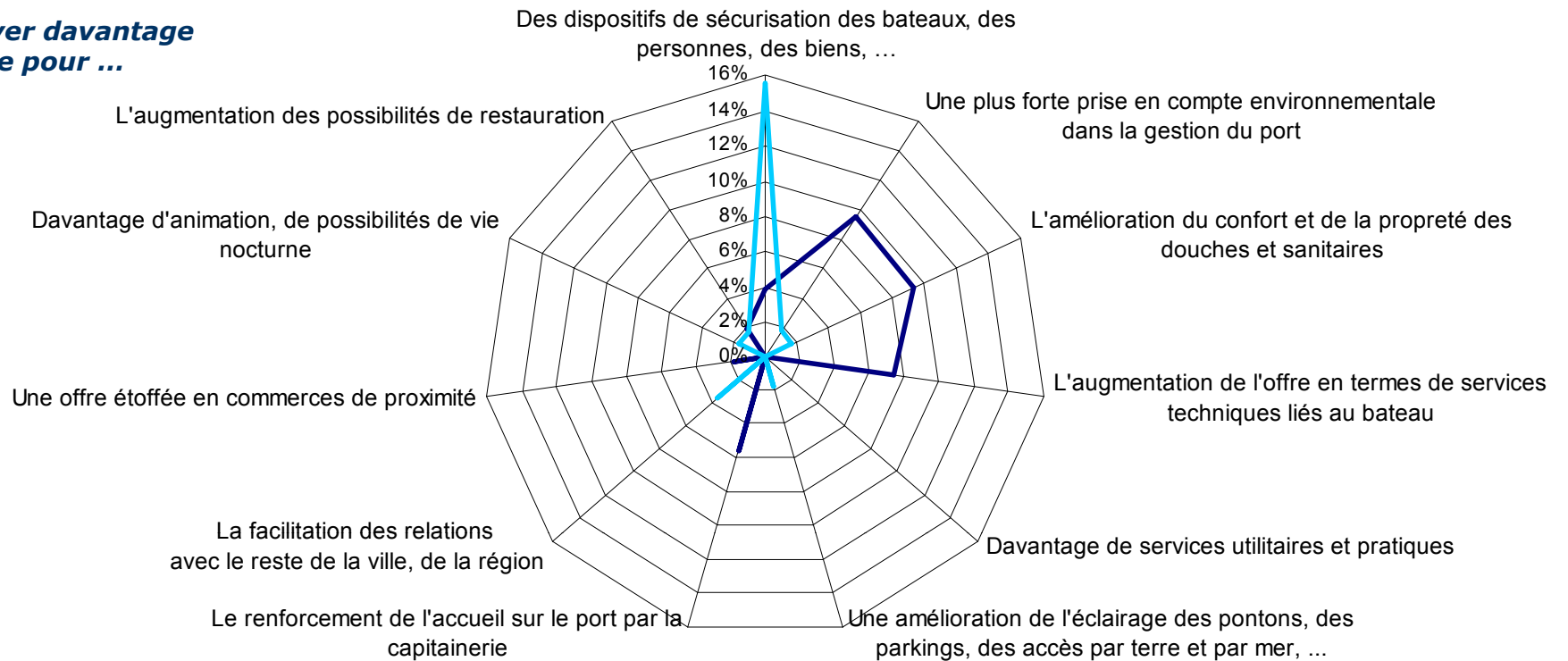


Les "seniors libérés" accepteraient une augmentation du prix de leur place à l'année pour des services : offre technique pour le bateau, plus forte prise en compte des aspects environnementaux, amélioration de la qualité des sanitaires, renforcement de l'accueil en port.



Les "habitués" ne feraient qu'une seule concession : celle de payer plus pour l'amélioration de la sécurisation.

Disposition à payer davantage sa place à l'année pour ...



Propriétaires en port ou parking à bateau (% de "très disposé")

Sur l'escale, les différents groupes se distinguent nettement par rapport aux domaines pour lesquels ils sont prêts à payer



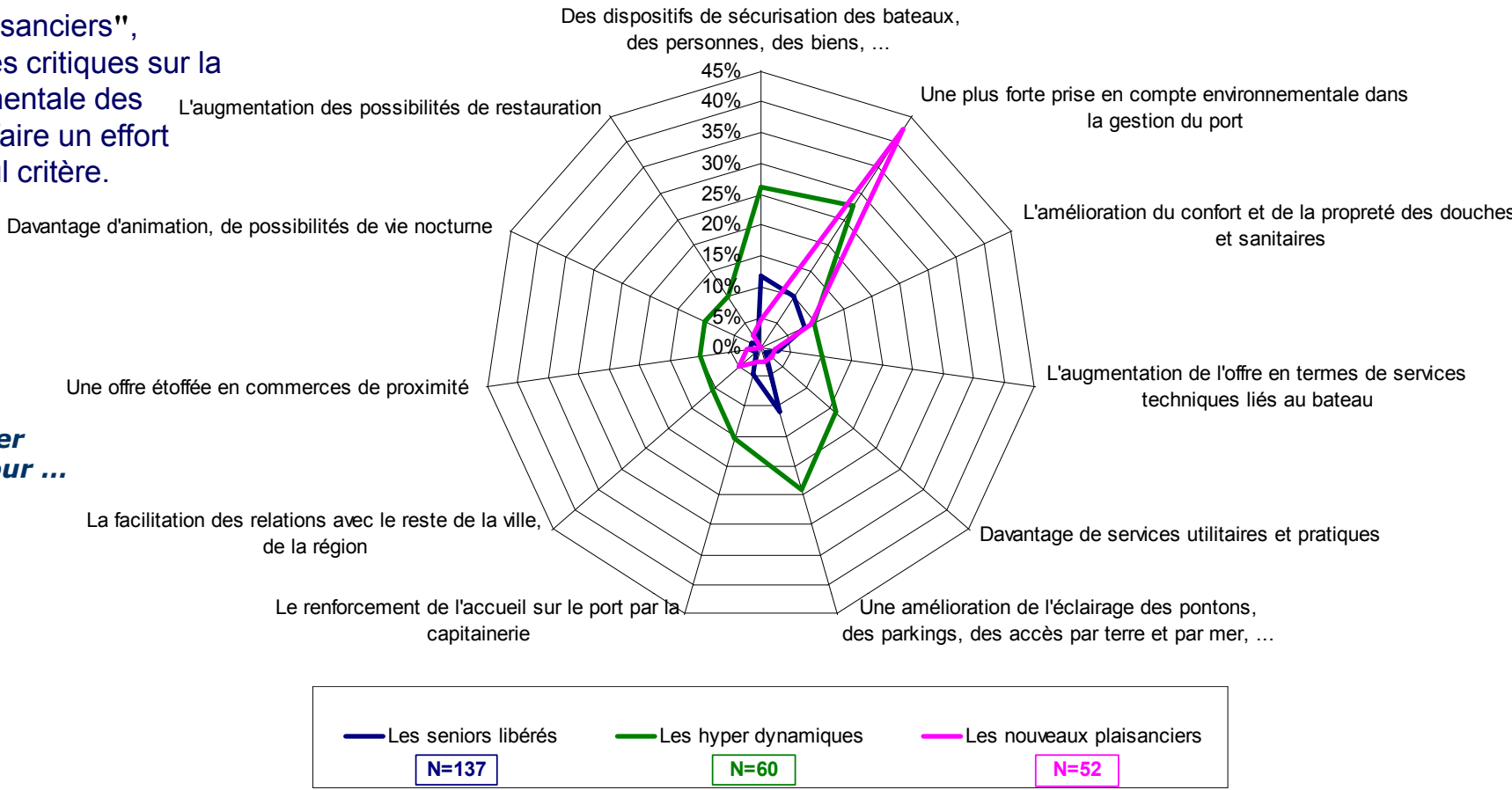
Les "seniors libérés" sont peu disposés à augmenter leur budget d'escale, sans doute dans la perspective d'une multiplication des dépenses, ce groupe étant particulièrement itinérant.



Les "hyper-dynamiques" représentent le plus gros potentiel pour l'amélioration de l'offre moyennant l'augmentation du prix à payer.



Les "nouveaux plaisanciers", qui s'étaient montrés critiques sur la gestion environnementale des ports, sont prêts à faire un effort financier sur ce seul critère.



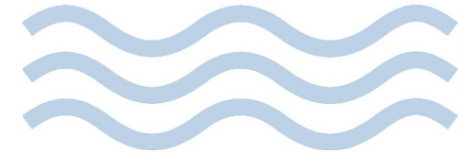
Disposition à augmenter son budget d'escale pour ...

Plaisanciers effectuant des sorties supérieures à la journée (% de "très disposé")



2 Perspectives pour l'offre sur les différents segments

Les différentes analyses menées ci-dessus font apparaître trois types de clientèles autour desquelles devra se construire l'offre :



① **Une clientèle solvable et intensive** (environ 1/3 de la cible des plaisanciers), composée des **"seniors libérés"** et des **"hyper-dynamiques"** qui exprime des attentes discriminées (en lien avec leur satisfaction / insatisfaction) et présente une propension à payer si l'on répond à ses attentes, car aisée, impliquée dans sa pratique, voire même positive quant à l'idée de payer des services à valeur-ajoutée.



➔ **Opportunités :** **Des prestations portuaires "up-gradées"** (en relation avec une augmentation du prix, à l'année voire en escale) et **des services "à la carte", autour des thématiques les plus discriminantes** (en satisfaction, et en acceptation de payer davantage) :


- ✓ Facilitation des relations avec la ville et la région (transports)
- ✓ Sécurisation des bateaux, des personnes et des biens
- ✓ Douches et sanitaires, services utilitaires
- ✓ Voire, pour les hyper-dynamiques, plus jeunes, prise en compte environnementale accrue

Une demande pour des **offres constructeurs haut-de-gamme** (surtout sur la voile), tant sur la sphère de la navigation que sur celle du confort à bord.

➔ **Risques :** Ne pas répondre à certaines attentes marquées et détériorer par conséquence la satisfaction de **clients vecteurs d'image et potentiellement contributeurs**.

➔ **Perspectives :** une clientèle **a priori pérenne**, avec des évolutions possibles sur le profil "seniors libérés" une **logique d'offre de services qui créera la demande**.

② Une clientèle aux attentes minimalistes (environ la moitié de la cible des plaisanciers) :

 les **"habitués"** et les **"expérimentaux"** aux **ressources limitées mais aux attentes également restreintes** (ce sont les deux groupes qui expriment la satisfaction la plus forte vis-à-vis des ports).



- Les "habitués" attendent les "basiques" de la prestation portuaire (logique de port "service public", plus que de port "centre de services"), pour lesquels ils acceptent d'ailleurs de payer, dans le cadre de leur place à l'année : sécurité, éclairage, accueil par la capitainerie ...



- Les "expérimentaux" sont par nature plus distants avec le sujet et très satisfaits de leur expérience (ponctuelle ou diffuse).

➔ **Opportunités / Risques :** Peu d'enjeux

➔ **Perspectives :**



La clientèle des "habitués" sera *a priori* fragilisée, à l'avenir, en lien avec la baisse du pouvoir d'achat des seniors / retraités.



La clientèle des "expérimentaux" est par nature volatile mais intéressante à fidéliser dans une logique de volume plus que de contribution individuelle (ce sont les potentiels plaisanciers de demain) voire à sensibiliser à une nouvelle logique de port (port à sec, rotation des places, ...).



- ③ **Une clientèle exigeante** (1 / 6 des plaisanciers) **dans tous les domaines** (elle est extrêmement critique sur la qualité des ports aujourd'hui), **ce, paradoxalement, car elle est peu disposée à payer** (en lien avec son pouvoir d'achat relativement limité) : les "**nouveaux plaisanciers**".



- ➔ **Opportunités :** Une clientèle en développement, dont l'exigence peu solvable peut être traitée via la création d'une alternative entre des places "à flot" plus chères mais au service renforcé (cf. attentes de la clientèle la plus solvable), et des places "à sec" moins chères et correspondant à leur typologie de bateau (petits bateaux à moteur).

La complémentarité des deux offres permettant de justifier que leur exigence de qualité a un coût, tout en s'inscrivant dans la problématique de capacité des ports.
Une sensibilité environnementale marquée, seul domaine sur lequel ils consentent à payer.

- ➔ **Risques :** Une clientèle critique, même si peu représentative de l'ensemble des plaisanciers, à "canaliser" dans son expression.

Les enseignements de l'enquête qualitative

Une segmentation *a priori* des profils qui s'avère être une clef d'analyse pertinente

- ✓ Des réunions de groupes conduites auprès de 3 profils de plaisanciers:


Le mode passion



Le mode local




Le mode séjour



Au sein de chaque groupe, différentes pistes de réflexions ont été testées

- ✓ Des pistes en adéquation avec leurs pratiques et problématiques actuelles en tant que plaisanciers
 - ✓ L'ensemble des pistes est présenté ci-après
- 

SOLUTIONS ALTERNATIVES A LA PLACE FIXE EN PORT		
	1	<p>Une offre en port à sec avec service de mise à l'eau</p> <p>Le bateau est rangé dans un parking à bateaux (racks) à terre. Sur un simple appel la veille ou le jour même, le bateau est mis à l'eau en moins de 3 minutes par un prestataire.</p>
	2	<p>Une offre "hivernage + place à flot"</p> <p>Le bateau est rangé dans un parking à bateaux (racks) à terre pendant l'hiver (ou une longue période de non-utilisation) Durant l'été ou le printemps, il est à flot dans une anse temporaire (avec une infrastructure plus légère qu'un vrai port).</p>
	3	<p>Un emplacement dans un port avec des pontons mobiles</p> <p>Le principe du ponton mobile permet d'ouvrir / fermer les espaces inter-pontons (ouvert : sortie bateaux possible - fermé : bateaux "cul à cul", sortie bateaux impossible) Il faut donc éventuellement demander une autorisation de sortie.</p>
	4	<p>Un accord contractuel entre le plaisancier et le port permettant l'utilisation pour d'autres bateaux de l'emplacement en port quand il n'en a pas besoin</p> <p>Avec des logiques de contrepartie financière ou d'accès à des services</p>
SERVICES PORTUAIRES SUPPLEMENTAIRES (avec propension à payer)		
	5	<p>Un Club House</p> <p>Point de rencontres, de détente et d'activités pour les plaisanciers.</p>
	6	<p>Un Pass multi-usages</p> <p>Qui permet d'utiliser différents moyens de locomotion dans le port et ses environs</p>
	7	<p>Un service de livraison, conciergerie, accueil VIP</p> <p>Qui apporte de la convénience pour les plaisanciers en escale, tant dans leur préparatifs que quand ils sont au port</p>
	8	<p>Une garantie entretien du bateau</p> <p>Service d'entretien de son bateau à l'année pour disposer d'un service clef en main</p>

SERVICES AUTOUR DE LA LOCATION (avec propension à payer)		
	9	<p>Location "à la cabine"</p> <p>Location d'une cabine dans bateau, pour un séjour de plaisance au large des côtes françaises, avec skipper</p>
	10	<p>Location sur mesure</p> <p>Système de location d'un bateau avec caractéristiques et services souhaités</p>
RELATION PLAISANCE TOURISME		
	11	<p>Bureau de tourisme des plaisanciers</p> <p>Un lieu d'information touristique situé sur le port</p>
	12	<p>Conseils à la navigation</p> <p>Facilitation de la découverte du bassin de navigation</p>
SENSIBILITE ENVIRONNEMENTALE		
	13	<p>Une zone technique respectueuse de l'environnement</p> <p>Mise en situation de choisir entre deux scénarios de carénage ou de nettoyage du bateau : l'un propre mais coûteux, l'autre gratuit mais moins sûr quant aux conséquences environnementales</p> <p>Le bac de rétention des eaux noires</p> <p>Quid de l'achat du bac de rétention des eaux noires, s'il est présenté comme une option payante par le constructeur</p>
	14	<p>Un système d'aide à la gestion des déchets à bord (kits)</p> <p>Qui permet de gérer proprement ses déchets à bord du bateau, en relation avec du tri sélectif organisé par les ports</p>

La crainte d'une évolution de la plaisance vers le tourisme

Le mode passion

- **Alors même que, spontanément, leurs attentes d'amélioration sont en phase avec les pistes d'évolutions portuaires proposées, la façon dont elles seraient packagées leur fait craindre une évolution de la plaisance vers l'univers touristique.**
 - **Or, précisément tout référent à l'univers marchand ou du loisir les atteint dans leur identité de "navigateur"**
 - Le simple fait que les pêcheurs puissent les apparenter à des **personnes qui font du "yachting"** est vécu comme une insulte.
 - Dans un espace **revendiqué sans contraintes, la référence à des horaires, des durées d'usage va à l'encontre de leur autonomie et impose un cadre économique rejeté.**
 - Si l'achat et l'entretien d'un bateau constituent un poste budgétaire conséquent (quant bien même sont ils les plaisanciers les plus aisés), **une fois sur l'eau l'argent disparaît de leur référent.** De sorte que les inciter à "payer pour..." les gêne bien plus sur le principe que sur le plan économique.
 - La **variation saisonnière des prix les renvoie à une seule identité de visiteurs / touristes** qui les conduit à penser *"qu'on les matraque / les rackete"* comme n'importe quel vacancier l'été.
 - Enfin, la dimension touristique de la plaisance se limite souvent à un mode de découverte et d'approche par la mer. A quai, la découverte des environs implique de devoir laisser leur bateau dans un espace jugé suffisamment sécurisé. Dès lors, l'exploration des environs reste très ponctuelle et limitée dans son périmètre.
- **Surtout, ils expriment leur crainte de voir les ports devenir des espaces marchands et de tourisme de masse dans lequel le bateau devient un "prétexte à", un simple "moyen de transport"**
 - En reprenant le modèle du Club Med ou encore celui de la marina, ils font état de leur crainte de voir le port devenir un espace mis en scène pour les touristes où le bateau est **un élément du décor et non la pierre angulaire d'une passion responsable.**



En conséquence, si la propension de cette cible à payer un niveau de services haut de gamme est réelle, la forme prise par l'offre ne doit pas donner le sentiment de toujours payer une prestation supplémentaire.

Une appétence conditionnelle à des services "haut de gamme"

- Le pass multi-usage s'inscrit certes dans l'attente de connexion du port avec d'autres espaces de vie mais **apparaît trop contraignant à l'usage**
 - Par ailleurs, son contour **ne doit pas intégrer le périmètre minimal du port** (eau, électricité) sous peine que ne soient occultés les services éventuellement recherchés.
- Les prestations associées à la location existent déjà et génèrent une réelle satisfaction. Toutefois, elles sont aujourd'hui **masquées dans la prestation**
 - Ce qui d'une part ne délivre pas le sentiment de payer pour avoir ce service.
 - Et d'autre part passe pour un geste commercial du loueur.

Un refus des prestations qui tirent le port vers le tourisme

- **Le Club House**
 - Superficiel sur la forme (= Club Med) et le fond (espace de gym inutile compte tenu de l'effort physique fourni en mer)
 - Même si cet espace séduit sur le principe plus les femmes, il est considéré comme moins attractif car moins animé que les lieux de vie locaux
- **Un service VIP conciergerie** perçu comme étant l'attribut aujourd'hui de la capitainerie et sans valeur ajoutée
- **Une capitainerie qui doit rester dans son rôle** et ne pas s'orienter vers d'autres fonctions, qui plus est marchandes.
- **Une "exploitation de l'écologie"** au travers de produits bio ou de labels qui relève bien plus d'une logique marchande (attractivité / publicité des ports) que d'une approche environnementale.
 - Seul le tri sélectif est un élément jugé important

Pour cette cible, une faible propension à payer mais une réelle adhésion au principe de rentabilisation de l'emplacement

Le mode loisirs

Un faible intérêt pour des services / équipements complémentaires

- **Étant faibles consommateurs de services**, ils ne voient aucun intérêt à des propositions supplémentaires.
 - Et ce, d'autant moins s'ils comportent **une contrainte supplémentaire d'accessibilité** immédiate à leur bateau
 - Les marées étant déjà un point critique
 - Toutes les propositions alternatives à une place dans l'eau sont vertement rejetées
 - Tout service proposé est d'emblée interprété comme un poste budgétaire supplémentaire
- **Parallèlement, toute reconfiguration de "leur" port les dérange :**
 - **Les pontons mobiles** réorganisent le voisinage et "classent" les plaisanciers en fonction de leur fréquence de sortie. Ce qu'ils n'apprécient pas
 - **Le Club House** est perçu à l'instar d'un Mac Donald et d'un service redondant par rapport aux associations de plaisanciers
- La proposition de produits / d'espaces écologiques fait insulte à leur statut de plaisanciers responsables.

En revanche, une réelle appétence pour des propositions d'optimisation de leur budget ou de services techniques

- **Une approche donnant /donnant qu'ils apprécient sur le fond** (intérêt financier) **comme sur la forme** (partenariat avec la capitainerie)
 - La proposition d'un accord contractuel avec la capitainerie donnant lieu à des réductions ou des offres de nuits gratuites leur paraît une réelle opportunité économique
 - Les deux formules séduisent (sortie de l'eau 1 mois ou nuits passées dehors dans le cadre de croisières vers les îles Anglo-normandes)
- **Une garantie entretien qui, au prix de 300 €, leur semble compétitive**
 - Leur connaissance technique comme l'entraide existant entre plaisanciers, leur permet de faire beaucoup de chose par eux mêmes. Toutefois la proposition d'un entretien pour 300 € est jugée compétitive.
- **Au final, le périmètre naturel du port est circonscrit à la place de port** (peu de places pour des solutions alternatives)

Pour cette cible, un rejet de principe à devoir payer plus (en cohérence forte avec la phase quantitative)

Le mode vacances

- **S'ils sont spontanément plus sensibles que les autres à la présence de services en port**
 - **Animation** : boutique, vente aux enchères / défilés de bateaux, restaurants, clubs ...
 - **Prise en charge et l'entretien du bateau** : plate-forme technique, zone de carénage, grue ...
 - **Infrastructures** : parkings à proximité, rampes de mise à l'eau entretenue, ports à sec

- **... ils ont toutefois le sentiment d'être déjà continuellement taxés**
 - Ce sentiment est déjà très présent dans la mesure où ils ont conscience d'être dans des ports très convoités.
 - Il est, par ailleurs, entretenu par le fait que les listes d'attente pour avoir une place sont longues et font, d'après ce qu'ils en savent, l'objet de passe-droit,
 - De la part des organismes gestionnaires
 - Comme de la part des propriétaires de bateaux eux mêmes
 - *"Sur Internet, il y a des places à 6 000 € pour 13 ans"*
 - *"Je suis allé voir dans un port privé c'est 35 000 € et il n'y a pas de liste de d'attente"*

- **En conséquence, même lorsqu'ils se montrent intéressés par une proposition, le coût supplémentaire induit les amène à rejeter l'offre "par principe"**



Une volonté de maîtriser les frais occasionnés par la possession d'un bateau

Le mode vacances

■ Pour dépasser cette attitude première de "rejet de principe", une approche globalisante de l'offre portuaire doit être privilégiée.

- Cette cible, comme la première, n'apprécie pas de devoir multiplier les dépenses au-delà des frais fixes liés à la détention d'un bateau.
 - Le cumul de propositions joue un effet contre-performant de "*racket organisé*"
- La globalisation est donc une réponse à leur attente de services associés et de maîtrise de leur budget
 - Spontanément, ils évoquent l'idée d'un pack de services incluant la place de port

"C'est comme dans les banques. Un pack complet avec place et services."

"Un pack c'est ce qu'il y a de mieux, sinon ça va supposer de multiplier les contrats et les paperasses pour chaque chose."

"Une carte qui donne accès à l'ensemble, sans se poser la question de savoir si on l'utilise une demi-journée ou une demi heure."

"Un forfait tout compris. On paye une fois et c'est terminé. Une fois par an."
- Le périmètre naturel du port intégrerait dans ce cadre :
 - La place (en port, ou à sec pour les détenteurs de bateau moteur)
 - Des infrastructures telles que le Club, qu'ils apprécient pour la convivialité et le standing associés, et la zone de carénage écologique, si elle doit devenir obligatoire à terme.

Voire même de les réduire

Le mode vacances

■ Comme pour les autres profils, la proposition d'un accord contractuel entre le plaisancier et le port leur semble intéressante

- Utilisateurs très ponctuels du port, ils voient dans cette proposition un moyen de contre-balancer leur sentiment de "payer pour rien ou pour les autres"

- Une proposition qu'ils imaginent venir d'un port privé et non public

"C'est un contrat plus honnête qu'avec la capitainerie."

"Quand on va signer le contrat pour un port à flot, la capitainerie peut mettre un bateau à votre place quand vous n'êtes pas là et ce n'est pas compensable."

"Si je pars en juillet ou en août, le tarif demandé est de 1 500 €"

- Une compensation qu'ils envisagent sous la forme d'une remise ou d'un mois gratuit
- Pour bénéficier de cette offre, certains seraient même prêts à remonter leur bateau à Lyon pour libérer l'emplacement
 - *"Pour 6 mois, je remonte mon bateau en remorque caravaning. Cela me réduirait mes frais et je gagnerais 10 nuits. En plus, je suis libre de prendre mon bateau comme je veux."*

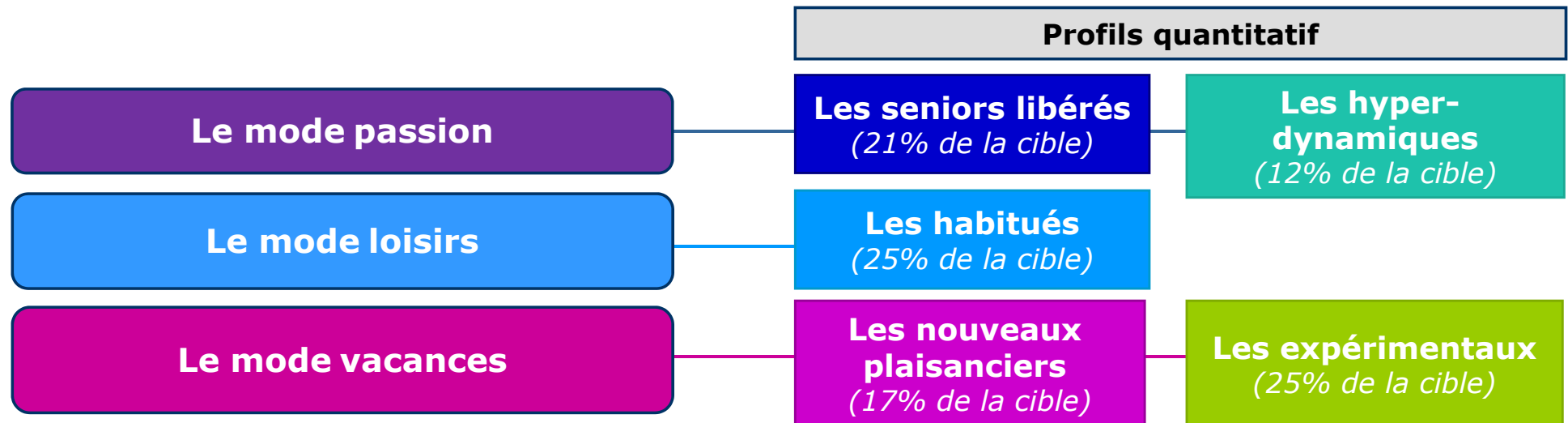
■ Bien qu'appréciés sur le principe, les ports à sec posent la question du coût par rapport à la situation actuelle :

- Certains ont déjà opté pour cette solution (bateaux moteurs) et en ont vanté les mérites (efficacité de la mise à disposition, côté pratique, sécurité ...)
- L'adhésion des autres reste conditionnée par les frais liés à la mise à l'eau
 - Une mise à l'eau gratuite leur semblant trop restreinte
 - *"Au minimum 2 car il y a forcément un week-end à Pâques où ma femme voudra descendre"*



L'enquête qualitative fait apparaître 3 profils marqués

- Une segmentation *a priori* des focus group établie sur la base :
 - De profils de pratique de la plaisance
 - Associés à des critères d'âges, de CSP et de lieu de résidence
- Au final, **3 profils de plaisanciers** qui se distinguent très clairement dans l'analyse qualitative par **leurs attitudes et leur pratique de la plaisance**,



et par là même :

- Sur leur perception des ports
- Sur leur niveau de services et d'équipement attendus
- Sur leur propension à payer et les modalités de la valorisation financière de leurs attentes

- Les constats faits dans l'analyse qualitative rejoignent ceux de l'enquête quantitative.

■ Caractéristiques du profil

- **Des actifs ou des retraités de CSP plutôt élevée, soit une clientèle aisée,**
- **Qui a un rapport "vital" et continu à la plaisance**
 - Ils pratiquent la plaisance depuis leur plus jeune âge et n'ont cessé depuis, s'accordant même de longues périodes de leur vie à ne faire que ça (tour du monde, traversée sur plusieurs mois)
 - La plaisance fait partie intégrante de leur vie personnelle et souvent même professionnelle (aménagement du temps de travail, opportunité des déplacements professionnels)

■ Description des pratiques

- **Une pratique à la fois intensive** (tout au long de l'année, partout, pour des courts comme des longs séjours) **et extensive** (sur leur bateau ou invités, en location, en France et à l'étranger ...)
 - La location est une pratique complémentaire, appréciée pour son caractère opportun (à l'étranger, pour partir à plusieurs) et pratique. Néanmoins elle reste secondaire (peu économique sur une longue période, pas de personnalisation possible)
- Si le **plaisir et la passion dominant leur pratique** (des valeurs associées de liberté, d'aventure, de convivialité, d'évasion) en parallèle un **principe de réalité découle de leur expérience de navigation** (prudence, sécurité, responsabilité...)

■ Perception du port

- **Leur pratique diversifiée les conduit à avoir une acception globale du port** et par là même des offres
 - Avec une volonté permanente de s'affranchir de l'ancrage territorial et saisonnier au profit de logique de pass inter port, d'harmonisation de prestation et d'animation sur l'année...

■ Attentes de services qualitatifs

- Sur l'ensemble de la chaîne de prestation (accueil, sécurité, équipements, animation commerciale, transports à proximité...) à commencer par la capitainerie, dont ils attendent un "service minimum"

Le mode passion**■ Capacité en port**

- **Une thématique dont ils ont conscience mais sans impacts pour eux aujourd'hui**
(ils ont une place depuis longtemps et son prix ne pose pas de problème)

■ Propension à payer

- Leur aisance financière est en phase avec leurs attentes de confort et de services adaptés, ce qui en fait une **clientèle solvable**
 - L'équipement du bateau répond à la fois au plus haut standard technique et de confort, standard qu'ils veulent pouvoir retrouver sur le port, tant dans **l'équipement** (bornes électriques à plus fort ampérage, bornes wifi...) que dans les **infrastructures** (douches chaudes ouvertes tard, supérette...) ou les **services techniques** à proximité
- Néanmoins un modèle tarifaire à construire pour :
 - Rendre transparent cette "consommation" et ne pas altérer le sentiment de liberté et d'absence d'entrave lié à la pratique de la plaisance
 - Éviter des réactions vives liées au sentiment "*d'être racketté*" ou transformé en "*touriste consommateur*"

■ Sensibilité à l'environnement

- **Secondaire et concentrée sur la propreté des ports**
(comme l'ensemble de la cible)

■ Sensibilité à la plaisance couplée au tourisme

- Une forte crainte de voir le port devenir un espace marchand et touristique
 - Réaffirmation permanente d'authenticité, de proximité à la vie locale (géographique comme culturelle)
- Une visite de l'hinterland des ports qui, aujourd'hui, reste conditionnée par la sécurisation de ceux-ci
 - "*Toute leur vie*" est dans le bateau et la crainte de vol est réelle.

■ Caractéristiques du profil

- Des retraités de CSP plutôt modestes et des dirigeants de TPE
- Qui ont un rapport familial et social à la plaisance
 - Ils pratiquent la plaisance depuis leur plus jeune âge et perpétuent cette "tradition" familiale et sociale au travers d'achat collectif d'un bateau, d'invitations mutuelles, d'entraide à l'entretien du bateau
- ... mais pour lesquels l'acquisition et la détention d'un bateau pèsent financièrement

■ Description des pratiques

- Une pratique concentrée dans le temps et l'espace (essentiellement sorties à la journée pour pêche ou balade, toujours dans le même périmètre près des côtes)
 - Avec l'âge, les sorties ont, de plus, tendance à se concentrer sur les jours où le temps est clément
- Si le plaisir domine encore largement leur pratique (*amour de la mer / du bateau, de la convivialité...*), les contraintes financières l'entachent en partie (*soucis, ennuis continuels*)

■ Perception du port

- Un espace qui obéit à des règles sociales et de territorialité. Les locaux appréhendent le port comme un territoire qui leur est réservé et entendent bien revendiquer leurs prérogatives
 - En tant que plaisanciers, en souhaitant bénéficier au premier rang des équipements (parkings) et des emplacements du port (attente de gestion plus efficace)
 - En tant que locaux, en vivant comme "intrusion" toute présence extérieure, y compris celles de professionnels de la mer, tout aussi légitimes sur le port

■ Attentes essentiellement centrées sur l'optimisation de l'existant

- Une attente d'animation "authentique" des ports (bar, restaurant, commerces) en cohérence avec leur logique affinitaire et locale de la plaisance (entre locaux, voisins, amis, en famille...)
- Une attente de services émanant de la capitainerie, celle-ci étant perçue comme d'autant plus essentielle que les marées ou les tempêtes peuvent endommager les bateaux

■ La capacité en port

- Une thématique dont ils ont conscience et sur laquelle ils revendiquent une priorité dans l'affectation
 - Un réel intérêt (notamment financier) à se voir proposer des "deals" avec le port.
 - Autant ils sont peu enclins à voir le port réorganisé par des logiques de gestion "intelligente" qui perturbent "leur" organisation du port, autant ils sont favorables à la proposition d'accords contractuels avec le port qui instaure une relation gagnant / gagnant

■ La propension à payer

- Faible en raison de trois facteurs :
 - Une vision minimaliste du port (le port historique / lieu de vie)
 - Un usage restreint des services (peu de besoins et une entraide pour les travaux d'entretien)
 - Et / ou un manque de moyens financiers
- Une écoute plus attentive pour des prestations qui concernent des postes budgétaires actuels (emplacement, entretien).

■ Sensibilité à l'environnement

- Refus d'être considéré comme pollueurs

■ Sensibilité à la plaisance couplée au tourisme

- Un refus de voir d'autres personnes investir "leur" port et le dénaturer
 - Une volonté d'animation authentique : associations de plaisanciers par opposition au Club House privé, par ex.
 - La capitainerie doit rester sur son cœur de métier et non devenir un "office du tourisme"

Le mode vacances**■ Caractéristiques du profil**

- Des CSP intermédiaires
- Qui ont un rapport utilitaire à leur bateau et estival à la plaisance
 - La plaisance est découverte plus tardivement que dans les autres profils (via des invitations, la location) et s'appréhende dans une logique plus ludique et / ou statutaire que technique, (éléments qui se retrouvent dans choix de la Méditerranée et de l'été pour pratiquer la plaisance)
 - Le bateau est un moyen (de se déplacer, de faire un sport, de se distinguer, de se promener...) plus qu'un projet et la performance du moteur est mise en avant (réfèrent automobile)

■ Description des pratiques

- Une pratique circonscrite dans le temps (au printemps et surtout l'été, sur une journée) et l'espace (port d'attache, côtes alentours, voire ports où l'on amène son bateau avec sa remorque ...)
- En dépit des conditions de pratique (l'été, en vacances, pour bronzer / se balader), une faible référence au plaisir mais fortement aux contraintes (financières, réglementation...)

■ Perception du port

- Tout comme les bars et les restaurants, le port contribue à animer et embellir leur lieu de villégiature. En cela, leur approche du port s'apparente au modèle de la marina, la place de port étant considérée comme une annexe de l'habitation

■ Attentes d'animation et de services

- De services techniques pour palier leur manque de connaissances techniques et maritimes
- De services de confort pour s'inscrire dans la logique de vacances (livraison, navettes, espace jeux...)
- Mais surtout une attente de reconnaissance de leur statut privilégié (des clubs, des accès réservés ...)

■ La capacité en port

- **Une thématique de manque de place dont ils ont conscience et qu'ils prennent déjà en charge** (certains sont en ports à sec, d'autres recherchent de la place sur Internet)
 - Leur attachement plus faible que les autres profils à leur bateau et à la symbolique / l'historique de la place de port
 - **Les rend plus ouverts à des modèles alternatifs** (hivernage, accords contractuels, voire ports à secs) **plus économiques au regard de leur pratique** (circonscrite dans le temps et l'espace) **et de leur type de bateau** (moteurs, en particulier).

■ La propension à payer

- **Faible sauf à packager l'offre en "all inclusive"**
 - Le sentiment "*d'être toujours taxés*", les conduit à rejeter **par principe** toute proposition isolée.
 - Seule une proposition globale de prestations se présente comme réponse à leur attente / besoin de services associés et de maîtrise de leur budget.

■ Sensibilité à l'environnement

- **Secondaire et concentrée sur la propreté des ports**
(comme l'ensemble de la cible)

■ Sensibilité à la plaisance couplée au tourisme

- **Ils sont déjà aujourd'hui porteurs de ce modèle touristique,**
 - Leur référentiel "marina", tout comme leur attente / besoin de reconnaissance d'un statut privilégié (usage exclusif d'équipement et d'infrastructure, club, commerce spécifique) en attestent.
 - Leur approche consumériste prend le pas sur l'attache affective et / ou sociale du bateau et du port.

●●● En partenariat avec



● Crédits photos

- MDLF • CRT - Normandie / Guernonprez
- Michel Laurent

●●●
Ouvrage édité par ODIT France, Paris
Tirage : 1 500 exemplaires | Dépôt légal : Décembre 2008

ISBN : 978-2-915215-55-7
ISSN : 1255-1503

Tous droits de traduction, reproduction & adaptation réservés pour tous les pays

Duplication Jouve SA Mayenne