



Le nautisme dans le Var

NOUVEAUX ENJEUX

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE - NOVEMBRE 2015

Aider les entreprises à acquérir les nouveaux codes de l'économie, à se saisir des nouvelles opportunités et à anticiper les mutations des marchés, telles sont les missions de la CCI du Var. Aussi, dans le but d'accompagner les professionnels de la filière nautique et de faire évoluer son offre de services pour coller au plus près des besoins de l'entreprise, la CCI du Var, soutenue par le Conseil Régional de Provence Alpes Côte d'Azur, a lancé une enquête auprès des acteurs de la filière dans le Var.

Cette enquête fait écho à un premier travail réalisé par la FIN et la Région Languedoc Roussillon sur l'impact de l'évolution des modes de consommation de la plaisance. Les données de la FIN démontrent que depuis 2005, le **budget des loisirs nautiques augmente de 6% par an**, le nombre de **permis bateau a presque doublé**. Elles font également apparaître une nouvelle forme de clientèle, une **clientèle 2.0, plus volatile et pour qui l'expérience vécue** prend le pas sur la propriété.

L'envie de naviguer demeure donc cependant bien présente.

Pourtant l'enquête de la CCI Var révèle des tendances du marché des loisirs nautiques à la **stagnation, voire à la baisse**. Les résultats montrent que les professionnels pensent que les usages et besoins du client ont changé, mais ils font également ressortir **un décalage entre l'usage du numérique dans l'entreprise et les pratiques de ses clients**. Parmi ceux qui ont répondu, seuls 4 professionnels sur 10 rendent visibles leur offre disponible en ligne, 30% ont des sites qui permettent de procéder à une réservation en ligne.

S'il ne fallait retenir qu'un élément de cette analyse c'est que **l'usage du numérique et la relation client** sont aujourd'hui des outils indispensables pour connaître, capter une nouvelle clientèle et adopter ses codes de consommation, avec à la clé de nouvelles **opportunités de croissance pour l'entreprise**.

Baromètre économique de la filière en 2015

Les professionnels ont été interrogés sur leur activité et leur perception du marché 2015 en comparaison avec l'activité 2014.

L'activité est perçue comme stable pour 44,3% des professionnels ayant répondu, en croissance pour 30,7% et en baisse pour 25% d'entre eux

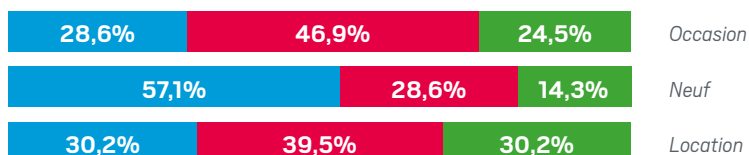
Quel que soit le segment, on perçoit que le marché du neuf continue à souffrir, plus des 2/3 annoncent également une baisse pour la marché de l'occasion. La location est plus équilibrée, même si le voilier semble plus souffrir que le moteur.

Seuls les sports nautiques légers semblent réussir à tirer leur épingle du jeu avec une nette tendance à la hausse pour la location.

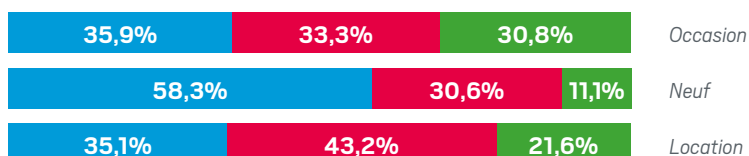
En conclusion sur ces données économiques, tant au niveau des activités que des infrastructures, la situation demeure fragile. La dynamique ne pourra passer que par la mise en œuvre de nouveaux leviers de développement. Les professionnels sont 80% à penser que les usages et besoins des clients ont changé.



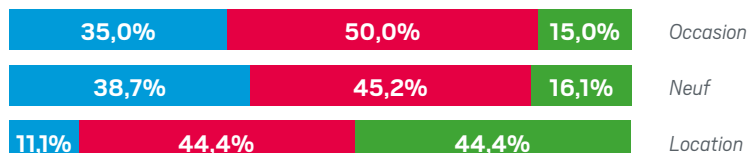
Bateau à moteur



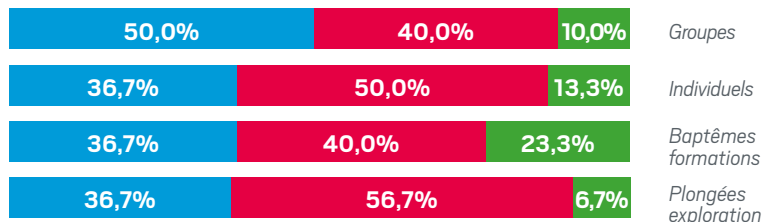
Voilier



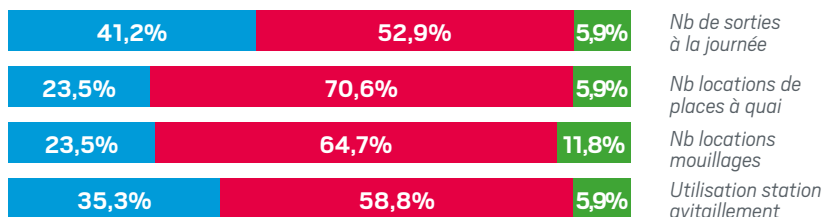
Sports nautiques légers



Plongée



Ports de plaisance



Un marché en mutation **mais prometteur**



De nouveaux services naissent tous les jours, notamment les services entre particuliers. Les nouvelles technologies ont créé les conditions favorables à leur développement. Ces modèles ont pour point commun de faciliter la pratique et par conséquent d'augmenter le nombre d'utilisateurs.

Autant d'opportunités pour les professionnels de la filière, à condition d'adopter les codes du numérique et de mesurer constamment l'évolution des besoins de ses clients ou prospects.

LES ÉVOLUTIONS DES PRATIQUES DU CONSOMMATEUR VUES PAR LES PROFESSIONNELS DU NAUTISME

56% considèrent comme un effet de mode les sites de location entre particuliers dont le nombre ne cesse d'augmenter

21% y voient une opportunité de marché

Une envie de naviguer toujours présente mais où l'expérience prend le pas sur la propriété.

Depuis 2005, le budget des loisirs nautiques augmente de 6% par an, le nombre de permis bateau a presque doublé, or dans le même temps, le marché est clairement en baisse.

Un client historique plutôt aguerri, âgé de CSP+, fidèle à son loisir, son port, sa marque qui veut être propriétaire de son bateau.

Un nouveau client d'abord consommateur, moins expérimenté, plus jeune et qui part moins en vacances. Il n'est plus fidèle ni au port, ni aux marques, ni à un loisir en particulier. Il recherche la facilité d'utilisation, la diversité des activités proposées et la convivialité.

Données Fédération des Industries Nautiques, l'étude sur l'impact de l'évolution des modes de consommation de la plaisance, 2014

Les sites de location entre particuliers font recette

Selon l'EcoScope, le baromètre mensuel réalisé par OpinionWay pour Axy's Consultants, Le Figaro et BFM Business, 22 % des Français interrogés utilisent déjà l'un de ces services.

Près de 30% des français sondés comptent y recourir au cours des 12 derniers mois.

Numérique et relation client : 2 leviers de développement

Des professionnels conscients de l'importance du numérique mais pour beaucoup encore en marge de leurs pratiques pour leur entreprise.

- 45% utilisent Facebook de manière professionnelle
- A peine 40% rendent visibles leurs disponibilités en ligne
- Uniquement 22% proposent de procéder à une réservation en ligne
- Seuls 35% ont un site web adapté aux smartphones et tablettes
- 42% veillent à être présents sur les outils de géolocalisation
- Moins de 60% suivent l'avis émis par leurs clients sur internet



L'écoute client pour une meilleure personnalisation de l'offre

- Seulement 22% connaissent le profil marketing de leurs clients
- 55% disposent d'un outil de stockage de données basiques (nom, prénom, adresse mail, téléphone...)
- Uniquement 21% n'ont pas de fichier clients
- Juste 20% ont des outils pour suivre et formaliser la satisfaction de leurs clients

En conclusion

Le marché évolue, les tendances de consommation, les pratiques et l'accès à l'information changent, le client cherche à vivre une expérience et à disposer de la bonne offre au bon moment.

La propriété est mise de côté au profit de l'usage et de la possibilité de choisir une activité en fonction de l'endroit des conditions météo, de l'envie,...

On constate un problème d'adéquation entre l'offre et la demande.

Si le marché évolue, il voit apparaître de nouvelles formes de clientèles et laisse la place pour de nouvelles opportunités.

Des opportunités facilitées par un usage optimisé des outils du numérique (réseaux sociaux, site web, géolocalisation, mobiles...) et par une parfaite connaissance des pratiques et envies du client (bases de données, mesure de satisfaction), elle-même soumise à une stratégie de relation client structurée.

Pour accompagner cette évolution, aider les entreprises à saisir de nouveaux marchés et tendre vers une meilleure adéquation entre l'offre et la demande, la CCI du Var, avec le soutien du Conseil Régional de Provence Alpes Côte d'Azur, propose depuis novembre 2015 la solution « Parcours Performance Nautisme », une série d'ateliers de perfectionnement aux pratiques du numérique et de la relation client.

Contact

Chambre de Commerce et d'Industrie du Var
Direction du Front Office Entreprises et Territoires
Mission Réseaux et Filières
Stéphanie Tiphaigne
04 94 22 88 39 - stephanie.tiphaigne@var.cci.fr
www.var-ecobiz.fr

Avec le soutien



En partenariat avec

