



# **Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques**

---

**Note de synthèse des résultats**

## Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques Note de synthèse des résultats

### Introduction

**L'Agence Économique de Bretagne et un groupe de travail composé de professionnels de la filière Nautique ont défini un nouveau concept de bateau de plaisance appelé "plate-forme de loisirs nautiques".**

Celui-ci vise à diversifier l'offre de la filière et à répondre à la question des **nouveaux usages, actuels ou potentiels, associés à la pratique de la plaisance**, dans un contexte marqué par la problématique des places en port et la nécessaire valorisation de pratiques qui s'inscrivent dans une logique de **développement durable** (usage collectif des bateaux).

Un premier cahier des charges fonctionnel a été défini et les acteurs de ce projet ont ensuite voulu **confronter ce concept aux attentes des clientèles naturelles et potentielles** de la plaisance (pratiquants et non-pratiquants) et **identifier son potentiel**.

Dans ce contexte, le groupe projet a souhaité conduire une **étude marketing**, laquelle a été réalisée par GMV Conseil, cabinet spécialiste des études marketing et expérimenté sur les problématiques du tourisme – loisirs en général, et de la plaisance en particulier.

L'étude conduite a suivi une **méthodologie en deux phases** :

- Une **phase qualitative** (1 groupe de non-plaisanciers et 1 groupe de plaisanciers) qui a permis **d'affiner le concept prédéfini** et de **construire de façon précise et optimale le questionnaire quantitatif**.
- Et une **phase quantitative** (300 enquêtes auprès de clients potentiels) dont l'objectif était de **définir le contour du projet sur la base de résultats chiffrés et d'estimer son potentiel** :
  - ✓ **en ciblant deux bassins émetteurs importants** pour la Bretagne et indicatifs de tendance de consommation nationale : l'Île-de-France (45% de l'échantillon) et la Bretagne (55% de l'échantillon)
  - ✓ **en représentant deux profils de clientèles** susceptibles d'appréhender différemment le projet : les plaisanciers (34% de l'échantillon) et les non-plaisanciers (66% de l'échantillon)

### Principaux résultats de l'étude

Le projet de plate-forme nautique a été présenté, en premier lieu, de la façon suivante aux personnes interrogées :

*« Nous travaillons aujourd'hui à l'élaboration d'un nouveau type d'embarcation permettant de découvrir l'univers marin, différemment de ce qui existe aujourd'hui.*

*Il s'agirait d'une embarcation de taille moyenne permettant à un groupe de 4 à 6 personnes (familles ou amis par ex.) de naviguer au départ d'un port, de pratiquer des activités dans l'eau et sur l'eau, de découvrir les fonds marins.*

*Cette embarcation serait proposée « prête à partir » et il ne serait pas nécessaire de disposer d'un permis pour la conduire (la piloter).*

*La nature de l'embarcation n'est pas encore fixée, cela peut-être ce que vous voulez : un bateau, un sous-marin, une île flottante motorisée, ... »*

**Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques**  
Note de synthèse des résultats

**La réaction à ce concept est plutôt favorable, avec 56% de personnes intéressées, dont 14% très intéressées** ; l'adhésion étant encore plus forte chez les plaisanciers (68%) par opposition aux non-plaisanciers (49%).

Le **projet est clairement associé à des qualificatifs positifs et diversifiés** : plaisir, découverte, convivialité, mobilité, polyvalence, sécurité, ludique, innovation, aventure, confort, repos, dynamique, écologie, immersion dans l'univers marin... (ce, que l'interviewé adhère ou non au projet).

Ce qui confirme que le **positionnement ouvert et multiregistre de ce nouveau concept** est de nature **à séduire le plus grand nombre**.

- **Les plus réfractaires le sont uniquement pour une question de projection personnelle sur le concept**, plus que d'image négative de ce qu'il pourrait être (« ce n'est pas pour moi »).
- **L'adhésion au projet étant liée à la projection plus générale sur les vacances** :
  - ✓ Les personnes qui adhèrent au projet voient dans celui-ci un **écho à leurs motivations premières de vacances** : le dépaysement - rupture avec le quotidien, l'entre-soi, le repos - ressourcement, la découverte, la liberté, l'enrichissement personnel... et, au-delà, ils se projettent facilement dans une logique plurielle, diversifiée... qui leur correspond.
  - ✓ Alors que ceux qui n'y adhèrent pas renvoient également une image positive du projet mais **le considèrent trop ouvert par rapport à des préoccupations - motivations un peu plus resserrées** : se reposer, se ressourcer, entre soi.

**En termes de contour de l'embarcation / plate-forme :**

- **L'espace d'observation des fonds marins via un hublot (78% d'intérêt) et l'espace de détente, convivialité (79% d'intérêt) sont les plus attractifs.**  
**A l'inverse, les activités de pêche, baignade, voire escalade « autour du mât » sont plus clivantes** et correspondent plutôt à des **sous-segments de la cible potentielle**.
- **Le concept multiactivité séduit** :
  - ✓ 75% des individus qui se prononcent préfèrent une embarcation multiactivité permettant aux différentes personnes d'un même groupe de faire des choses différentes : l'une pêche, une autre bronze, deux autres se baignent en profitant du toboggan, une autre regarde les fonds marins...
  - ✓ Contre 25% qui privilégient une embarcation dédiée à une activité principale (la baignade ou la pêche ou encore l'observation des fonds marins), avec un espace repos - convivialité
- **La mise à disposition de vélos est l'équipement qui suscite le plus grand intérêt (79% d'intérêt)**, suivi de près par la mise à disposition de **matériel pour découvrir les fonds marins (74% d'intérêt)**... et avant les autres équipements (plongée, voile, kayak ou canoë, matériel de baignade) (65 à 67% d'« intéressés »).

**Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques**  
Note de synthèse des résultats

**Concernant les services associés, la hiérarchisation est la suivante :**

- **Accompagnement – formation à l'utilisation de l'embarcation et à la navigation avec celle-ci** (84% d'intérêt dont 65% de « très intéressant »)
  - ✓ L'accompagnement – formation attendu se traduisant par une **aide à la prise en main de l'embarcation avant le départ** (64%) plutôt que par un accompagnement à bord (36%), en particulier chez les hommes.
- **Assurance météo permettant de reporter la sortie / le séjour en cas de mauvaises conditions** (82% d'intérêt dont 55% de « très intéressants »)
  - ✓ L'assurance devant pouvoir être **déclenchée quand la sécurité est en jeu** (vents forts ou orages, mer trop forte) pour la grande majorité (71%), plutôt que pour des aléas météo : pluie, temps couvert ou nuageux (29%), sauf pour les plus âgés (plus de 70 ans).
- **Une hot line** (numéro d'appel gratuit) **permettant de joindre quelqu'un en cas de besoin** (84% d'intérêt dont 52% de « très intéressant »)
  - ✓ Celle-ci étant comprise comme un **outil de secours et d'assistance qui doit intervenir physiquement** par 2/3 des personnes intéressées (67%) et non comme un support technique ou logistique, ou encore un outil d'information touristique / une aide à la découverte (33%).
- **La mise à disposition, avant et pendant la sortie, d'informations accompagnant le client dans sa découverte du littoral et du milieu marin** (91% d'intérêt dont 46% de « très intéressant »)
  - ✓ Ces informations étant attendues **très majoritairement avant le séjour** (84%), sur **support papier en premier lieu** (54%)... **voire multimédia** (37%), et devant porter sur **différentes thématiques** : guides touristiques et cartes (44%), environnement marin (42%), navigation (39%), information plus générale sur l'écologie maritime et la protection des ressources (38%)
- **L'organisation de la partie du séjour se déroulant à terre : réservation d'un hébergement ou d'un restaurant** (83% d'intérêt dont 36% de « très intéressant »)
  - ✓ La **réservation d'un hébergement** étant davantage attendue (61%) que celle d'un restaurant (35%)
- Et enfin, très en retrait, **la mise à disposition d'un didacticiel pour apprendre la navigation, notamment à la voile** (64% d'intérêt dont 26% de « très intéressant »)
  - ✓ Celui-ci étant d'abord perçu comme un outil complémentaire à un intervenant à bord (40%), plutôt que comme un moyen d'apprentissage de la navigation en autonomie (28%) ou un guide d'information (32%).

**Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques**  
*Note de synthèse des résultats*

**Concernant le contenant / le format de l'embarcation :**

- L'embarcation attendue a majoritairement **la forme d'un voilier** (46%), voire d'un yacht – bateau – moteur (33%)... bien avant des logiques plus différenciées (péniche, radeau, innovation pure).
  - ✓ La **référence à la Bretagne n'est pas particulièrement souhaitée** (seulement 32% sont intéressée)
- **Sa motorisation doit être mixte** (62%) plutôt que strictement à voile (15%) ou à moteur (16%).
- **La limitation de la motorisation à 6 CV ne provoque pas le rejet** si elle est mentionnée après une présentation précise du projet ; elle ne fait perdre que 24% de la cible intéressée par le projet (en clef d'entrée, elle peut être repoussoir : cela a été constaté lors de la phase qualitative).

**En termes de modalités de consommation du projet :**

- La **Bretagne arrive en tête des lieux envisagés pour un séjour avec ce type d'embarcation chez les Bretons** (50%) qui privilégient plus généralement la façade Atlantique ...  
 ... et **en troisième lieu chez les Franciliens** (29%), derrière la Côte méditerranéenne (66%) et la Corse (32%).
- Plus de la moitié des personnes adhérant au projet **imaginent un séjour d'une durée de plus de 2 jours** (8 jours en moyenne), confirmant ainsi la **projection dans l'univers de la « croisière », de l'itinérance, de l'aventure** identifiée dans dans la phase qualitative et qui se traduit dans l'adhésion à la forme voilier.
- Dans ce contexte, **la nuit est spontanément passée sur le bateau**, au mouillage dans un crique sauvage ou près d'une plage (55%) ou bien dans un port (50%)...  
 ... les **repas du midi sont principalement imaginés à bord** : avec un pique-nique / repas à réchauffer rapidement (42%) ou en cuisinant réellement (39%)... **ou sur le mode pique-nique sur une plage** (23%)  
 ... alors que **ceux du soir sont associés à la logique de sortie « hors bord » et à un confort accru** : restauration du port (43%) , restauration de plage (31%).
- Le séjour n'est pas nécessairement partagé par tous : 60% de ceux qui adhèrent au projet imaginent partager le groupe, une partie restant à terre. Dans ce cas, ils sont intéressés pour **68% d'entre eux** (40% de la cible) **par l'organisation d'activités pour la partie du groupe qui ne souhaite pas naviguer**, et pour **41% d'entre eux** (25% de la cible) **par la mise à disposition d'une crèche ou d'une garderie**.
- **Remis dans un contexte de choix** entre différents projets identifiés lors de la phase qualitative et validés comme des alternatives possibles au projet d'embarcation nautique multiactivité mobile, ce dernier **conserve une forte attractivité et ressort parmi les projets largement préférés avec celui de « maison sur l'eau »** (maison ancrée et statique proposant les mêmes activités).
- La **projection sur ce concept est réelle : 39% de la cible choisit ce projet d'embarcation mobile multiactivité** et **63% d'entre eux** (soit 25% des personnes interrogées) **imaginent convertir ce choix dans un futur proche** (1 à 2 ans).

**C'est également le cas pour la « maison sur l'eau » avec 33% de la cible qui choisit ce projet, dont 58%** (19% des personnes interrogées) **imaginent convertir ce choix dans un futur proche.**

**Réalisation d'une étude de test d'un projet de plate-forme de loisirs nautiques**  
Note de synthèse des résultats

**Enfin, concernant la propension à payer...**

On peut affirmer que **l'embarcation mobile multiactivité pourra s'inscrire dans un positionnement - prix un peu plus élevé que la maison sur l'eau**

... a priori autour de **250 € par jour pour 4 à 6 personnes**

(prix incluant l'embarcation, les matériels à disposition, une formation initiale de 3/4 d'heure et une hot line téléphonique logistique et technique)

- Prix spontané moyen : 268 €
- Adhésion de 75% des personnes intéressées à 250 €

... contre un prix **autour de 200 € par jour pour la maison sur l'eau** à périmètre de prestation égal.

- Prix spontané moyen : 200 €
- Adhésion de 77% des personnes intéressées à 200 €

Notons qu'**il existe un différentiel négatif si ce projet se fait exclusivement en Bretagne**, par rapport à d'autres destinations privilégiées (entre 10 et 25% suivant le prix de départ).

Et que, **au-delà de ce premier prix, des éléments complémentaires peuvent être valorisés** : assistance se déplaçant physiquement, en cas de difficulté (+ 15% en moyenne), assistance météo (+ 9% en moyenne), qualité du produit : esthétique et matériaux (+ 8% en moyenne).