



Fédération Française des Ports de Plaisance

# **Les nouvelles pratiques de la plaisance**

**Guide à l'usage  
des gestionnaires de port**

*Décembre 2017*

## PREFACE



### Comprendre et s'adapter aux nouvelles pratiques de la plaisance, un enjeu à relever ensemble !

Les modes de consommation évoluent, et le secteur de la plaisance n'échappe pas à ce phénomène. Les gestionnaires des ports de plaisance sont en effet aujourd'hui confrontés à la plaisance collaborative, à «l'ubérisation» du nautisme, et aux questions qui en découlent, d'ordre juridique, économique, organisationnel, sécuritaire, environnemental...

Ces nouvelles pratiques et l'évolution de la structure des marchés imposent une évolution du modèle portuaire à travers :

- l'observation et le suivi des clientèles pour mieux appréhender et anticiper les attentes,
- la prospection et la communication pour capter les nouvelles clientèles,
- l'amélioration et la personnalisation des offres de services afin de les fidéliser.

Réfléchir aux pratiques émergentes, c'est encourager les initiatives innovantes portées par les nouveaux acteurs de la plaisance tout en les encadrant. Par ce biais, les ports de plaisance peuvent devenir partie prenante de la construction d'un nouveau modèle portuaire et anticiper les risques inhérents à ces pratiques. Ce guide, par l'identification des atouts et des faiblesses des nouvelles pratiques de la plaisance, permet de formuler les axes stratégiques à développer.

A travers ce guide, les gestionnaires de port sont invités à se lancer dans une démarche de développement de nouvelles offres. Il faut le reconnaître, cette démarche est génératrice d'incertitudes, que cela soit quant aux moyens à mettre en œuvre ou même quant au résultat final. Mais les fiches-actions que nous vous proposons dans ce guide visent à réduire ce caractère incertain en posant quelques bornes sur la voie de la nécessaire adaptation des services portuaires.

La Fédération Française des Ports de Plaisance reste bien sûr à vos côtés pour vous accompagner face à vos interrogations, et dans vos démarches d'adaptation à ces nouvelles pratiques.

Relevons ensemble ce défi pour des ports modernes, à l'écoute des attentes des plaisanciers et des tendances actuelles !

Serge Pallarès  
Président de la Fédération Française  
des Ports de Plaisance

## SOMMAIRE

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Les tendances nationales .....                       | 4  |
| Un nouvel écosystème d'acteurs de la plaisance ..... | 6  |
| Les atouts, faiblesses, opportunités et menaces..... | 22 |
| Les fiches-actions .....                             | 24 |

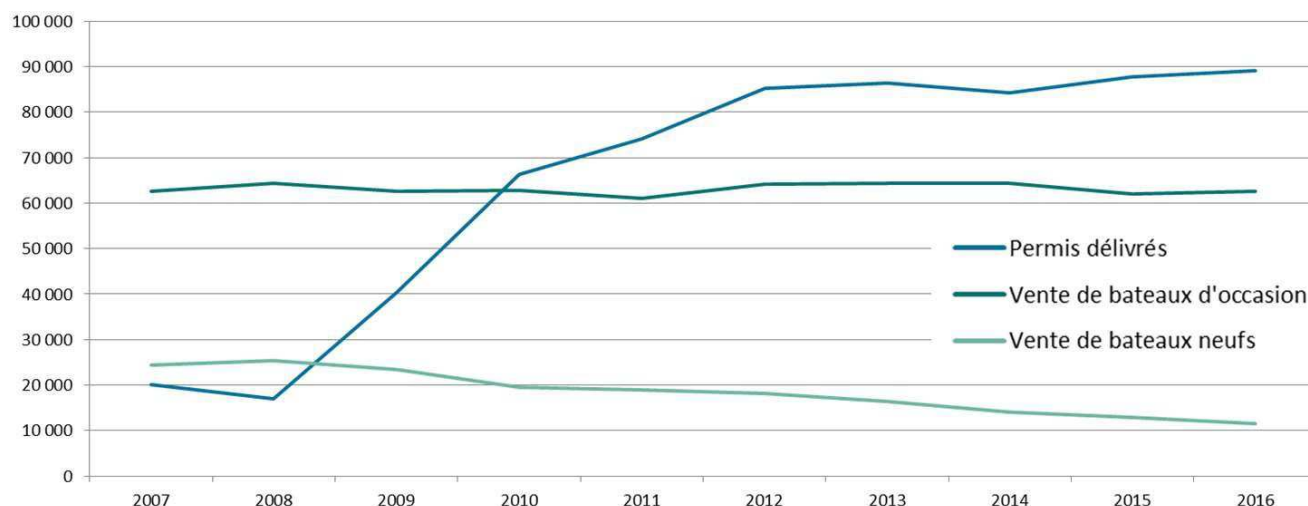


## Les tendances nationales

### Une évolution de la structure des marchés

#### A. Le sursaut du marché de la vente

La Direction Générale de la Mer et des Transports publie chaque année les statistiques de la plaisance en France (la dernière édition couvre la période du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016). La représentation graphique de ces données sur les dix dernières années donne à voir **les tendances de fond du marché de la plaisance** :



*Nombre de bateaux vendus sur le marché du neuf et de l'occasion et nombre de permis délivrés par an*



Les **ventes de bateaux neufs en France ont baissé** de plus de 50 % entre 2007 et 2016. Les **ventes de bateaux d'occasion sont restées stables** sur cette période.



L'engouement pour le nautisme est cependant sensible à travers l'**augmentation de 343 % du nombre de permis de naviguer**.

D'après la Fédération des Industries Nautiques (FIN), **la saison 2017 a été marquée par une hausse du nombre d'unités neuves vendues sur le marché français** :

- **+12 % pour la voile**, notamment grâce aux multicoques de 40 à 60 pieds et les monocoques de plus de 45 pieds à destination des clientèles aisées,
- **+13 % pour le moteur**, notamment du fait des bateaux hors-bords de moins de 10 mètres considérés comme les produits d'accès pour les **nouveaux pratiquants**.

Sur le marché de l'occasion, on enregistre une légère décroissance des ventes (-3,3 % pour la voile, -0,6 % pour le moteur), ce qui montre une **saturation du marché de l'occasion qui participe à la redynamisation des ventes de bateaux neufs**.

## B. L'expansion du marché de la location

La saison 2016 se caractérise par une **forte progression des locations de bateaux** (+10 à 12 % d'après la FIN), portée notamment par les plateformes numériques qui, d'après le cofondateur de *SamBoat*, réalisent plus de locations en une journée qu'en une année entière il y a trois ans.

Pour la saison 2017, l'absence de chiffres officiels ne permet pas encore d'analyser l'évolution du marché de la location. Il semble néanmoins que la **location des petites unités, notamment sur de courtes durées, glisse des loueurs professionnels vers les plateformes de location entre particuliers.**

### *Vers une évolution du modèle portuaire*

Depuis la crise économique de 2008, les ventes de bateaux ont considérablement diminué. Elles repartent aujourd'hui à la hausse mais les signaux sont trop faibles pour pouvoir présager de l'avenir.

On observe cependant que le *papy-boom* (grand nombre de départs à la retraite entre 2006 et 2025) constitue un **stock de plaisanciers relativement aisés** (selon Hakim El Karoui, ancien conseiller de Maignon, le revenu moyen d'un retraité est devenu supérieur à celui d'un actif en 2015) qui pourraient participer à la relance des ventes de bateaux.

D'autre part, l'augmentation du nombre de permis délivrés conjuguée à la forte croissance du marché de la location et à la hausse du nombre de petites unités à moteur vendues montrent l'**arrivée de nouveaux plaisanciers qui louent des bateaux avant de considérer l'achat**. La croissance exponentielle des plateformes numériques démontre également une **évolution des pratiques de la plaisance** : les clientèles recherchent une certaine **souplesse d'usage**, ont une **approche multi-support** et sont sensibles à la **personnalisation de l'offre**.

Cette **évolution de la structure des marchés** impose une **évolution du modèle portuaire** à travers :

- l'observation et le suivi des clientèles pour mieux **appréhender et anticiper les attentes**,
- la prospection et la communication pour **capter les nouvelles clientèles**,
- l'amélioration et la personnalisation des offres de services afin de les **fidéliser**.

Le choix du port se fera désormais en fonction de la **qualité des services déployés** et de la **compétitivité-prix**.



## Un nouvel écosystème d'acteurs de la plaisance

Les tendances émergentes ont fait naître un nouvel écosystème d'acteurs de la plaisance comprenant :

- les **plateformes de location** comme *Click&Boat*,
- les **plateformes de co-navigation** comme *ShareMySea*,
- les **plateformes de réservation** comme *Navily*,
- les **boat clubs** comme *Boat Club de France*.

- ⇒ Les ports de plaisance peuvent-ils s'appuyer sur ces start-ups pour se renouveler et s'adapter aux phénomènes de concurrence ?
- ⇒ Doivent-ils au contraire déployer des mesures réglementaires pour se prémunir des menaces qu'elles représentent ?

Afin de répondre à ces questions fondamentales, les nouveaux acteurs de la plaisance ont été interrogés sur la base de la grille d'entretien en annexe visant notamment à :

- identifier leurs orientations stratégiques,
- identifier la typologie de clientèle, le parcours client et les nouvelles demandes,
- évaluer le degré d'interaction avec les ports de plaisance et les autres acteurs.

### Les plateformes de location

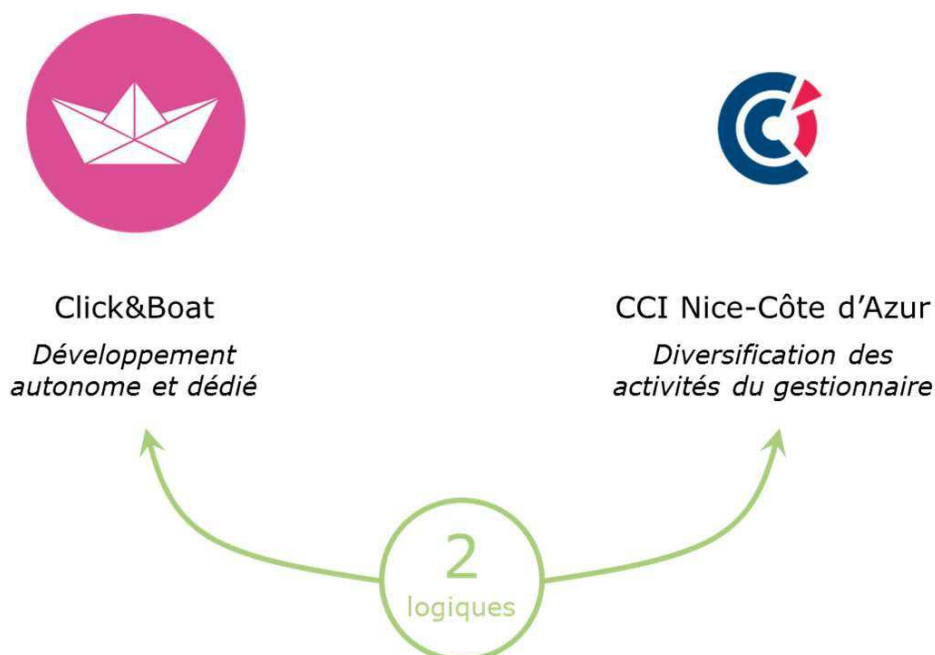
#### A. Principe de fonctionnement

Les plateformes de location mettent en relation des **propriétaires professionnels ou privés de bateaux** (voiliers, bateaux à moteur, péniches, catamarans, semi-rigides, motomarines, etc.) et des **particuliers locataires** pour faciliter la **location d'embarcations à quai ou en mer** et mettent à disposition des **outils de gestion des réservations et des paiements entre utilisateurs** :



Schéma de fonctionnement des plateformes de location

Cette activité peut être portée par une **entreprise autonome et dédiée** comme c'est le cas avec *Click&Boat*, plateforme communautaire créée en 2013, ou être issue de la **diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**, comme dans le port de Nice avec la CCI Nice-Côte d'Azur.



#### Développement autonome et dédié – *Click & Boat*

Le fonctionnement est simple : les propriétaires peuvent créer gratuitement une annonce pour leur bateau (comportant des photos, une description de l'embarcation, le prix de location et les conseils relatifs au bassin de navigation). Les locataires les contactent ensuite via le service de messagerie pour convenir des modalités du contrat. Le service est **accessible par internet et solution mobile** aux personnes préalablement identifiées par une inscription.

#### Chiffres clés de *Click&Boat* :

- offre déployée dans **550 ports** en Europe (France, Espagne, Italie, Croatie, etc.) et en Amérique avec l'ouverture d'un bureau à Miami en mars 2017
- **10 000 bateaux référencés** (entre 35 % et 40 % de propriétaires sont situés à l'étranger, dont 1 au Groenland)
- **500 000 clients** avec des réservations depuis l'Amérique du Sud ou les Etats-Unis

***Click&Boat* constitue un tiers au contrat conclu entre un propriétaire et un locataire.** A ce titre, la société ne saurait voir sa responsabilité engagée au titre des manquements par un utilisateur à ses obligations contractuelles.

Dans le cadre d'une location, **seule l'embarcation fait l'objet du contrat de location**, à l'exclusion de la place réservée par le propriétaire pour le stationnement de l'embarcation dans le port d'attache. Les locataires bénéficient toutefois, **à titre gratuit**, du droit d'utiliser cette place pendant la durée du contrat de location pour y faire stationner l'embarcation dans l'hypothèse où cette possibilité serait explicitement précisée dans l'annonce.

Le prix du propriétaire privé est librement choisi par ses soins. Pour le propriétaire professionnel, le prix doit être au maximum égal au prix public affiché dans le cadre de son activité professionnelle.

Le propriétaire peut choisir de souscrire au **service de « boat-manager »** qui permet de mettre en relation les propriétaires avec des concierges permettant la réalisation des états des lieux d'entrée et de sortie de l'embarcation, la signature du contrat de location et l'accueil du locataire pour le compte des propriétaires à des prix forfaitaires. Cependant, *Click&Boat* n'est en aucun cas partie au contrat de « boat-manager » conclu entre le concierge et le propriétaire. *Click&Boat* propose également aux propriétaires de bateaux de la marque *Zodiac* un accompagnement spécifique dans la mise en place de leur annonce.

Le propriétaire s'engage à ne proposer à la réservation que des **embarcations couvertes par une assurance pour les activités de location**, quel que soit le port d'attache de l'embarcation. *Click&Boat* propose également la souscription à une assurance à la journée par un contrat d'assurance Plaisance tous risques auprès de son assureur partenaire.

**Chaque utilisateur peut évaluer un autre utilisateur avec lequel il a conclu un contrat de location** par la rédaction d'un commentaire et/ou par un système de notation. Le commentaire et la note sont publiés sur le profil public de l'utilisateur concerné.

#### **Diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance – CCI Nice-Côte d'Azur**

La *CCI Nice-Côte d'Azur*, en charge de l'exploitation de 6 ports sur le territoire de la Côte d'Azur, a lancé un **appel d'offres** afin de développer cette activité pour sa clientèle et les touristes. Le candidat retenu, la société Rent My Boat, possède aujourd'hui une partie de la flotte en propre mais propose également à la location les bateaux de propriétaires qui souhaiteraient rentabiliser leurs unités quand ils ne les utilisent pas.

La société est en charge de la publicité, du personnel et du matériel de location, de la gestion des réservations, du suivi administratif, de la location d'un local d'accueil des clients et de pontons privatifs de départs et d'arrivées. Elle apporte également une assistance dans les démarches d'assurance (nécessité de « l'option location ») et dans l'entretien du bateau (révision moteur et antifouling à prix préférentiel auprès du réparateur partenaire).

## **B. Cas particuliers : location de bateaux à quai et logements touristiques flottants**

Dans le cas spécifique des **locations à quai**, qui représentent moins de 1 % des locations de bateaux entre particuliers selon *Click&Boat*, le gestionnaire de port est en droit d'attaquer le contrat de location : le propriétaire de l'embarcation dispose d'un droit d'usage d'un emplacement sur le domaine public maritime sur une période donnée mais ne peut sous-louer à titre onéreux cet emplacement.

Le gestionnaire de port peut aussi choisir d'encourager ces abonnés à déclarer leurs intentions locatives afin de mieux **encadrer la pratique** sous peine de se voir refuser l'autorisation. Un port de plaisance français a d'ailleurs intégré dans son règlement les dispositions suivantes :

« Les activités de location de bateau doivent être déclarées au gestionnaire du port [...] La location de bateaux aux seules fins d'habitation est notamment soumise à autorisation du gestionnaire. Un formulaire spécifique doit être renseigné à la capitainerie et une assurance couvrant cette activité devra être souscrite. ».

Le gestionnaire de port peut également **imposer aux propriétaires d'élargir leur couverture d'assurance**. Ainsi, le contrat d'assurance du propriétaire doit stipuler l'exercice d'une activité commerciale d'hôtellerie à flot, afin que l'assureur couvre le risque. Une problématique apparaît cependant, puisque l'assureur peut indiquer dans le contrat que le bateau, même à quai, doit être loué à un locataire expérimenté. La vérification d'un CV nautique peut être un outil de contrôle mais la location par une plateforme collaborative comme *Airbnb* n'impose pas la présentation d'un CV nautique / de compétences en navigation. A l'inverse, d'autres structures *Click&Boat* demandent ces compétences.

La déclaration en mairie n'est pas obligatoire si le bien est une résidence principale avec une location par la plateforme de moins de 4 mois. A l'inverse, elle est obligatoire pour une résidence secondaire, particulièrement dans les agglomérations de plus de 200 000 habitants ou les villes de plus de 50 000 habitants où le marché de l'immobilier résidentiel est tendu.

L'État impose désormais à toute personne louant son bien de déclarer les revenus issus de cette activité et ce depuis juillet 2016. *Airbnb* doit envoyer à chaque particulier un relevé de ses revenus à déclarer. En effet, louer dans un but lucratif d'une activité exercée à titre habituelle est imposable au titre des bénéfices industriels et commerciaux (BIC) ou imposée au titre des bénéfices non commerciaux (Art 92 du CGI). Cette activité est aussi assujettie à la TVA. Si les revenus dépassent 23 000 €, les cotisations sociales doivent être payées.

La notion d'activité exercée à titre habituelle pose question. Elle souligne la répétition d'une même opération sur plusieurs années ou la brièveté des délais. Ainsi, dans le cas de la location entre particuliers sur les plateformes collaboratives, la jurisprudence ne retient pas toujours cette notion d'habitude.

Selon le rapport sur l'économie collaborative de la commission des finances du Sénat du 17 septembre 2015 : « Cette notion n'implique pas forcément une répétition fréquente des actes de vente et peut couvrir des actes peu nombreux mais périodiques ».

Il faut donc retenir le caractère fréquent et récurrent de l'activité et non pas la durée pour définir la location entre particuliers comme une activité commerciale.

En 2019, toutes les plateformes collaboratives devront présenter à l'administration l'ensemble des revenus des particuliers. Actuellement, peu de déclarations et de paiement d'impôts sont issus de l'économie collaborative.

*Airbnb* et d'autres plateformes collaboratives sont pointées du doigt et souvent considérées comme une concurrence déloyale d'autres hébergements (notamment hôteliers). A ce titre, la question du paiement de la taxe de séjour a été longuement posée. A l'heure actuelle, en France, près d'une cinquantaine de villes ont instauré la taxe de séjour pour *Airbnb* et autres. Depuis le 1<sup>er</sup> mai 2017, *Airbnb* collecte directement auprès des hôtes la taxe de séjour (communale, voire départementale) et la reverse ensuite à la commune.

**Les bateaux amarrés sont assujettis au paiement de la taxe de séjour.** Cependant, la collecte au réel de la taxe est complexe, à cause d'un difficile contrôle des nuitées réalisées ; la taxe de séjour est donc forfaitaire et se calcule notamment à partir d'une capacité d'accueil du bateau (moyenne de personnes par bateau selon la taille). Sur les voies de navigation intérieures, les **logements touristiques flottants** sont définis dans le Code des Transports par l'article L4000-3 :

« Établissement flottant : toute construction flottante qui n'est pas normalement destinée à être déplacée. »

Ils sont cependant **considérés comme des navires** et doivent disposer à ce titre d'une immatriculation et répondre aux normes de sécurité (gilets de sauvetage, bouées, etc.).

Ils ne sont pas soumis à un permis de construire (car considérés comme des bateaux) mais **un Certificat d'Établissement Flottant (CEF) doit être délivré** et renouvelé tous les 10 ans par la Direction Départementale des Territoires. S'il s'agit d'un établissement flottant recevant du public, une **attestation de conformité** devra être délivrée par la Commission Départementale de Sécurité. A noter que si l'implantation intervient dans un site classé, une demande de consultation auprès de l'Architecte des Bâtiments de France devra être faite afin d'avoir son avis.

Sur un plan d'eau intérieur, un **permis de construire** doit être délivré par le maire.

### C. Cartographie des acteurs

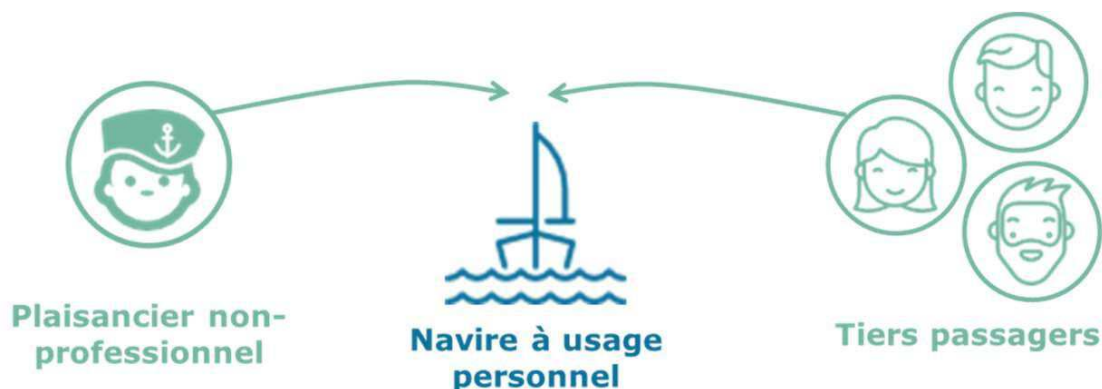


*Click&Boat* se trouve au centre d'un **système de relations tourné vers le marché de la plaisance et les services annexes**. Au sein de ce système, **le port de plaisance constitue un lieu d'interface stratégique** dédié à la fois à l'accueil des locataires et à la redistribution des flux vers l'hinterland.

## Les plateformes de co-navigation

### A. Principe de fonctionnement

La co-navigation est une activité consistant en l'utilisation conjointe et organisée d'un **navire à usage personnel**, par un **plaisancier non-professionnel** et un ou plusieurs **tiers passagers**, dans le but d'effectuer **un trajet commun et qui procure des avantages collectifs**.



*Schéma de fonctionnement des plateformes de co-navigation*

Cette activité peut être portée par une **entreprise autonome et dédiée** comme c'est le cas avec *Share My Sea*, application de partage de sorties en mer entre particuliers lancée en juillet 2016, ou être issue de la **diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**, comme dans certains ports de la côte atlantique.

Les plateformes de co-navigation jouent le rôle de **tiers de confiance** : modération des échanges, système de notation des membres de la communauté, sécurisation des transactions.

#### Développement autonome et dédié – *Share My Sea*

*Share My Sea* est un service accessible par **internet et solution mobile** aux personnes préalablement identifiées par une inscription. Il consiste à mettre en relation des plaisanciers à des fins personnelles, de loisirs et **non commerciales** :

- bourse aux équipiers,
- navigation en escadre,
- partage de cabine,
- recherche de sponsors,
- organisation d'un événement,
- organisation d'une compétition.

*Share My Sea* offre donc à des propriétaires de bateaux la possibilité de trouver rapidement des équipiers pour des sorties en mer (balades, pêche, croisières, etc.), et permet à des plaisanciers n'ayant pas de bateau ou étant sur une zone éloignée du port d'attache de leur bateau, la possibilité de trouver des embarquements à proximité, en fonction du type de navigation recherchée.

Une **participation aux frais de navigation** (aussi appelée « caisse de bord ») peut être demandée à l'utilisateur embarqué par le propriétaire du bateau. **Le montant perçu ne doit couvrir que les frais supportés à l'occasion du service rendu** (repas fournis, carburant consommé, place du port du bateau ramené à la journée puis au nombre de personnes embarquées, propriétaire inclus, etc.), à l'exclusion de tous les frais non directement imputables à la prestation en question.

Sur un plan fiscal, « il est admis d'exonérer l'activité consistant pour un particulier à proposer des sorties de plaisance en mer avec d'autres particuliers, sous la condition que la somme demandée à chaque participant corresponde à une participation aux seuls frais directement occasionnés par l'expédition, soit les frais de carburant, de nourriture et d'amarrage pendant ladite expédition à bord d'un navire de plaisance à usage personnel au sens de l'article 1 du décret n° 84-810 du 30 août 1984 » (Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts).

**L'utilisation de *Share My Sea* suppose donc de s'interdire de chercher à se procurer un revenu ou un complément de revenu en pratiquant une activité commerciale dissimulée**, que ce soit à titre de location de bateau avec skipper, de transport de passagers ou d'école de voile. Ces dernières activités relèvent d'obligations d'immatriculation et de déclarations préalables, de diplômes et d'assurances obligatoires et sont donc du domaine réservé des professionnels de la filière nautique à laquelle les utilisateurs de *Share My Sea* n'appartiennent pas.

Ce service vise également à procurer des avantages financiers aux plaisanciers à travers la mise en œuvre d'offres spéciales et de remises financières grâce à des codes promotion délivrés aux utilisateurs à l'occasion d'opérations organisées par *Share My Sea* ou dans le cadre de partenariats. Par exemple, entre le 1<sup>er</sup> mars 2017 et le 31 octobre 2017, les détenteurs d'un titre de transport TER Pays de la Loire peuvent bénéficier de 70 % de remise sur les commissions de la plateforme de co-navigation.

L'objectif de *Share My Sea* est de devenir à terme une **vitrine de l'écosystème de la plaisance** en intégrant les offres des professionnels du tourisme et du nautisme.

### **Diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**

Certains ports du littoral atlantique, en collaboration avec un gestionnaire de clubs de voile, ont mis en place un site internet de mise en relation de personnes qui souhaitent naviguer : les propriétaires de bateaux abonnés à un des ports considérés, qui ne souhaitent pas naviguer seuls ou qui souhaitent transmettre leur expérience et leur passion de la navigation, et toute personne souhaitant devenir équipier.

La démarche a une **visée pédagogique** : un cahier de formation électronique de l'équipier est disponible sur le site et peut être rempli par le propriétaire à l'issue de la navigation. Il comporte plusieurs niveaux :

- niveau 1 – équipier débutant (se déplacer sur un trajet choisi et encadré par un chef de bord),
- niveau 2 – équipier expérimenté (atteindre tout point du plan d'eau, sur un trajet choisi et encadré par le chef de bord)
- niveau 3 – équipier confirmé (évoluer librement dans une zone de navigation surveillée).

**L'activité repose donc sur la bonne volonté des abonnés à former les nouveaux plaisanciers.**

## B. Cartographie des acteurs

Les **propriétaires abonnés** proposant une co-navigation désirent partager un moment convivial mais aussi réduire les frais liés à la navigation

L'application échange des informations avec l'**assureur** pour élaborer des produits d'assurances adaptés à la co-navigation.

Les détenteurs d'un titre de transport de l'**entreprise ferroviaire** bénéficient d'une remise sur les commissions de l'application.

Le **port de plaisance** est vu comme un hub de services, l'application est un point d'entrée et une vitrine de l'écosystème de la plaisance.

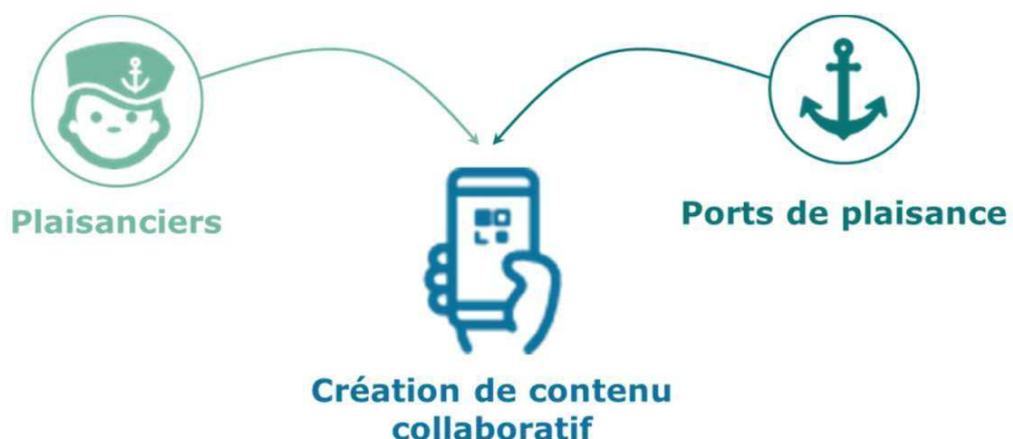
L'application est perçue par les **néo-plaisanciers** comme le Blablacar de la plaisance. Ils l'utilisent pour vivre une expérience et un échange avec le propriétaire du bateau.

*Share My Sea* est vue comme un point d'entrée vers le port de plaisance qui constitue une partie de la destination et doit permettre d'**augmenter la qualité d'expérience touristique des clientèles**. La question de l'animation et du rôle de la capitainerie (accueil touristique) est donc primordiale.

### Les plateformes de réservation

#### A. Principe de fonctionnement

Les plateformes de réservation sont des outils permettant au plaisancier de **préparer ses escales** directement sur son smartphone à travers un **contenu collaboratif** ou de s'abonner au port de plaisance.



Cette activité peut être portée par une **entreprise autonome et dédiée** comme c'est le cas avec *Navily*, start-up créée en 2014, ou être issue de la **diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**, comme dans certains ports de la côte atlantique.

### Développement autonome et dédié – *Navily*

*Navily* est une application proposant des services de **partage d'informations et d'avis sur les mouillages sur ancre, les mouillages sur bouées, les ports de plaisance et de réservation de place dans les ports de plaisance équipés de *NavilyPro***, destinés aux utilisateurs détenteurs d'un mobile ou d'une tablette et souhaitant trouver des informations sur leurs futures destinations en bateau.

#### Chiffres clés de *Navily* :

- **35 000 plaisanciers** inscrits,
- **6 000 avis partagés** sur les escales,
- **230 ports recensés** en France (100 ports), Italie (50 ports), Espagne (60 ports), Croatie et Grande-Bretagne, **dont 170 ports partenaires** auprès de qui les plaisanciers peuvent réserver un poste d'amarrage.

Depuis l'application, l'utilisateur peut référencer un mouillage qui ne l'était pas. Dans le cas où un mouillage est déjà référencé, **l'utilisateur a la possibilité de partager une photo ou un commentaire auquel il associe obligatoirement une note générale (de 1 à 5 étoiles) sur le mouillage.**

**Le plaisancier a également la possibilité de partager un avis sur les ports de plaisance déjà référencés sur l'application en notant de 1 à 5 les critères suivants :**



*Exemple de notation d'un port de plaisance*

**Le plaisancier devient alors un prescripteur, ce qui étend considérablement son influence.** Il peut compléter cette notation en ajoutant un commentaire ou une photo. Pour tous les ports reliés à *NavilyPro* permettant à l'utilisateur d'envoyer une demande d'escale depuis l'application (« ports premium »), *Navily* fait la distinction entre un avis partagé par un utilisateur ayant effectué une escale via l'application et un avis partagé par un utilisateur n'ayant pas effectué une escale via l'application. Les commentaires laissés par les plaisanciers peuvent constituer des **pistes de réflexion pour augmenter la qualité de l'offre de services.**

**Les ports de plaisance ont la possibilité de répondre à ces commentaires et de participer par ce biais à l'amélioration de leur image** (85 % des utilisateurs de *TripAdvisor*, site web offrant des avis émanant de consommateurs sur des hôtels et des restaurants, pensent qu'une réponse à un mauvais commentaire améliore leur perception de l'établissement, soit une augmentation de 53 % depuis 2013).

**Plus les plaisanciers utilisent ces fonctionnalités, plus elles bénéficient aux ports de plaisance (qui gagnent en visibilité) et aux utilisateurs (qui disposent de plus de données pour sélectionner, évaluer et comparer) : c'est un effet vertueux.**

Les utilisateurs ont la possibilité de **consulter des informations sur les ports de plaisance**, notamment le nom du port, les coordonnées GPS et les avis partagés par les utilisateurs. Pour les « ports premium », l'utilisateur peut également accéder aux informations suivantes :

- tarifs par jour/semaine/mois,
- nombre de places total,
- tirant d'eau maximum autorisé,
- longueur hors-tout maximum autorisé,
- équipements et services disponibles,
- visites touristiques,
- évènements,
- canal VHF,
- horaires de la capitainerie et des écluses (si applicable).

L'application offre au plaisancier la possibilité d'**envoyer une ou plusieurs demandes d'escale simultanées** à des « ports premiums » différents. Les tâches administratives des agents portuaires peuvent s'en trouver simplifiées, ce qui leur permet de **consacrer davantage de temps à l'accueil des plaisanciers**.

Entre 2015 et 2016, le nombre de réservations réalisées à travers l'application a été multiplié par 6. Chaque réservation comporte une garantie obligatoire par carte bancaire, ce qui permet à *Navily* d'apporter aux ports une certaine sécurité sur les réservations. **Depuis son lancement, 91 % des réservations sur l'application ont été honorées.**

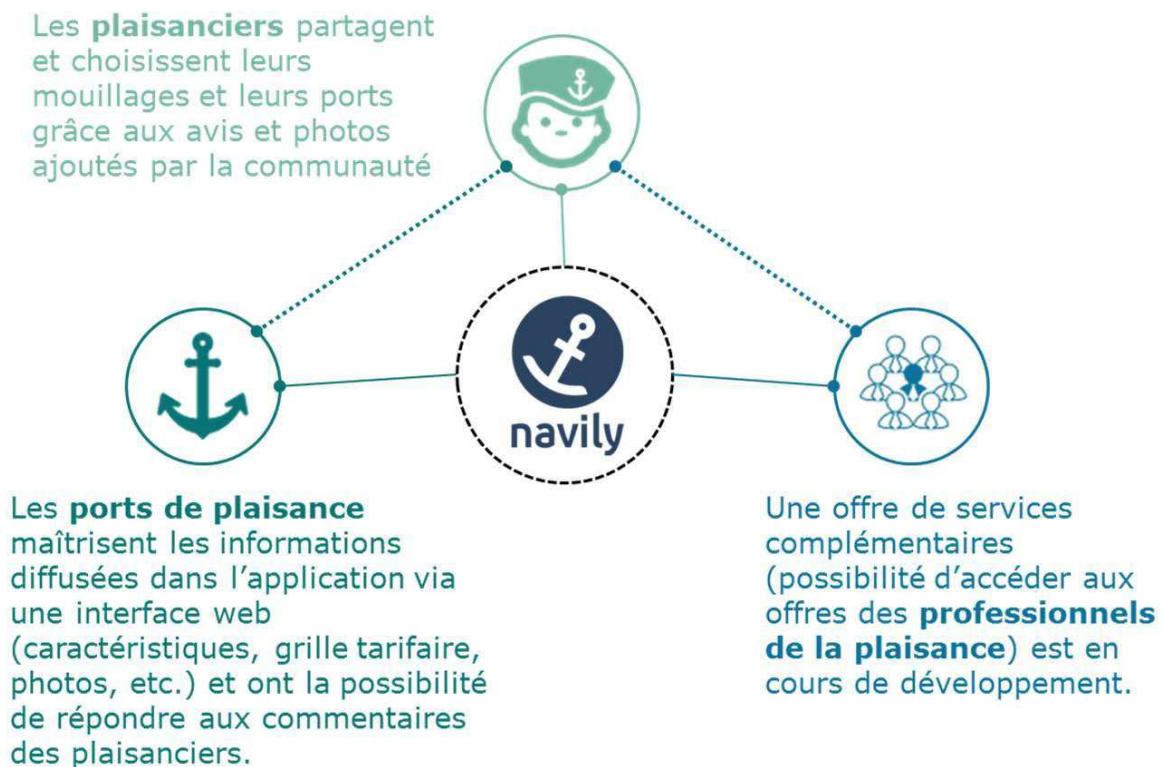
Navily pourrait constituer à terme, non pas seulement un réseau, mais un **marché virtuel de la plaisance** où l'ensemble des activités liées à la navigation pourraient être réservées/commandées.

### **Diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**

Certains ports français du littoral atlantique ont développé une application permettant :

- aux propriétaires de bateaux abonnés de déclarer leurs avis de départ en croisière et de consulter l'historique de leurs escales dans les ports partenaires,
- aux ports d'attache de connaître instantanément les places disponibles et aux ports d'escale d'avoir une meilleure visibilité sur l'occupation future de son plan d'eau.

## B. Cartographie des acteurs

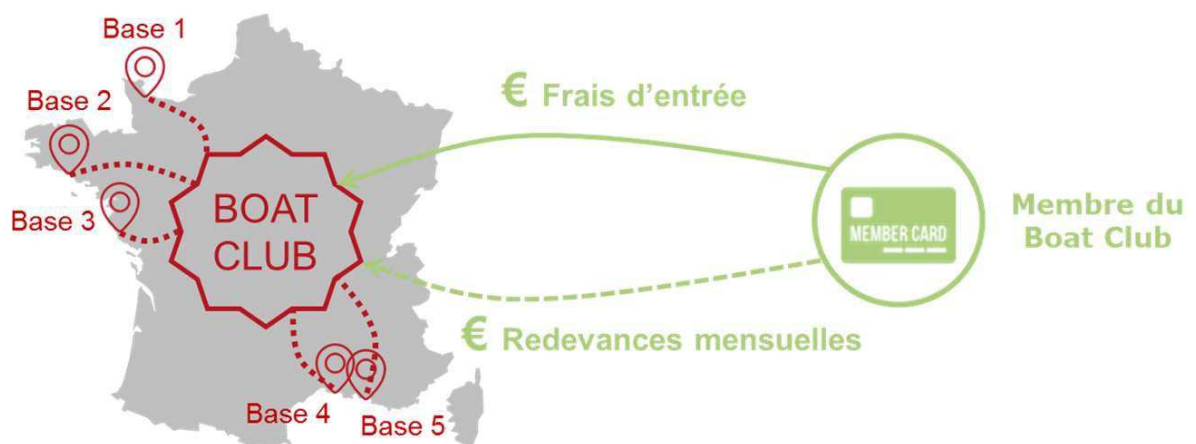


Navily constitue pour les ports de plaisance un **outil d'organisation pour faciliter le travail quotidien** et permet de se distinguer et de **se positionner sur un marché de la plaisance de plus en plus concurrentiel**.

### Les boat clubs

#### A. Principe de fonctionnement

Les « boat clubs » sont des **clubs nautiques disposant d'une flotte de bateaux** disséminés dans différentes **bases accessibles aux membres** s'étant acquittés des **frais d'entrée** et versant des **redevances mensuelles**.



Ce concept, à mi-chemin entre la location et l'achat, est né aux Etats-Unis où il a été très largement développé (le champion de la filière, *Freedom Boat Club*, dispose de 150 bases). **Les boat-clubs ont radicalement transformé le marché de la plaisance outre-Atlantique** avec l'augmentation considérable des volumes de pratique, le rajeunissement des pratiquants et la diversification des clientèles.

Cette activité peut être portée par une **entreprise autonome et dédiée** comme c'est le cas avec *Boat Club de France*, créé en 2017, s'appuyer sur un réseau de concessionnaires comme le *Bénéteau Boat Club* ou être issue de la **diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**.

### **Développement autonome et dédié – Boat Club de France**

Le *Boat Club de France* dispose de 3 bases en Loire Atlantique. Elles ont été développées en partenariat avec les ports de plaisance qui ont mobilisé **des emplacements visibles et faciles d'accès**.

Il met à disposition de ses membres **une flotte de bateaux**. Ces bateaux sont de tailles et de gammes différentes, utilisables sur plusieurs plans d'eau. Les flottes des loueurs professionnels partenaires sont également accessibles aux membres du boat-club. Pour devenir membre du *Boat Club de France*, le client locataire doit s'acquitter d'un droit d'adhésion (valable pour 1, 2 ou 5 ans) et régler le montant d'une des **formules commerciales** (cotisations mensuelles). Selon la formule choisie, le membre obtient un certain nombre de points qui lui permet d'utiliser les bateaux sur la base de son choix. Selon la période de l'année et la taille du bateau, un certain nombre de points est décompté. Par exemple, la formule « Découverte 1 an » (droit d'adhésion de 1 200 €, cotisations mensuelles de 190 €, soit 3 480 € par an) permet de disposer de 300 crédits annuels qui représentent jusqu'à 20 journées de bateau.

Le boat club propose également des **formules d'adhésion spécifiques pour les entreprises** pour des sorties « team building » ou « relation client ».

Aux Etats-Unis, des formules commerciales adaptées aux pratiques :



*Port Harbor Marine Boat Club*



*Your Boat Club*

**Abonnement famille (3 495 \$)**

- 1 capitaine
- 4 types de bateaux
- 2 marinas

**Abonnement business (4 995 \$)**

- 3 capitaines
- tous supports
- 2 marinas

**Abonnement explorateur**

- pratique ponctuelle mais illimitée
- 1 réservation à la fois pour des sorties d'une journée
- pas de contrainte de calendrier

**Abonnement voyageur**

- 3 jours consécutifs
- segmentation de la flotte par niveau (accès à 2 types de bateaux pour le niveau « débutant », accès à tous les bateaux pour le niveau « expert »)

Le concept a l'avantage d'affranchir les membres du club des contraintes liées à la propriété (place de port, assurance, entretien du bateau, etc.) et le coût serait réduit de 50 % environ. Le ratio de 1 bateau pour 4 membres assurerait une plus grande disponibilité des unités par rapport à la location.

Le *Boat Club de France* organise tous les mois une sortie pêche accompagnée d'un professionnel, une sortie découverte en mer (gastronomique ou non) et des **événements spécifiques** (conférences, avant-premières en lien avec le monde de la mer, lancement de nouveaux modèles de bateaux, etc.). Des **formations** sont également assurées par des professionnels à destination des membres du club mais également des abonnés des ports de plaisance partenaires.

**Chiffres clés de Boat Club de France :**

Le bilan de la première saison n'est pas significatif mais il donne une tendance :

- **25 membres,**
- **3 bases** (10 bases supplémentaires envisagées pour la saison 2018 en Manche, en Atlantique et en Méditerranée),
- **7 bateaux** (semi-rigides, coques open) à partir de 3 bases en Loire Atlantique,
- **10 sorties environ par membre** sur la saison,
- **0 dégât matériel** (alors que le ratio en location est de l'ordre d'1 dommage toutes les 3 sorties).

*Boat Club de France* souhaiterait à terme **mutualiser les moyens humains avec le port de plaisance** pour l'accueil des membres du club et des autres usagers du port, et **intégrer des bateaux-écoles**.

Il est également envisagé la création d'une **offre voile** à travers la mise à disposition de petits sportboats, suite à la demande de certains ports partenaires désireux de mettre en place des flottes mixtes.

### **Appui sur un réseau de concessionnaires**

Le *Bénéteau Boat Club* s'appuie sur son réseau de concessionnaires pour proposer 50 bateaux à la location dans 15 bases en France et en Espagne.

Les réservations sont effectuées sur un site internet développé par la start-up *Hey Captain* spécialisée dans les outils de réservation, de paiement et de gestion de planning en ligne. Un même bateau peut être loué sur ce site mais aussi sur les plateformes partenaires. L'utilisation d'un outil commun permet d'éviter la double réservation.

Cette activité est un moyen pour *Bénéteau* de faire connaître et de tester ses modèles de bateaux tout en couvrant les frais fixes de son réseau de distribution.

### **Diversification des activités du gestionnaire de port de plaisance**

Un gestionnaire de port de plaisance pourrait lancer son propre boat-club, à l'échelle locale, et à **destination des familles et des anciens propriétaires de bateaux**. Des formules d'abonnement annuel pourraient être proposées et chaque membre pourrait bénéficier d'avantages offerts, comme du coaching par exemple.

Un investissement serait à prévoir pour l'**achat des bateaux** et la **formation des agents portuaires**.

Aux États-Unis aussi, les ports de plaisance diversifient leurs services. A titre d'exemple, la marina de Bartlett Lake en Arizona, d'une capacité de 300 emplacements, a fondé un boat-club qui compte aujourd'hui 120 membres et dispose d'une flotte de 12 bateaux. L'activité a généré 340 000 \$ supplémentaires, soit 25 % du chiffre d'affaires avec 1 000 réservations en un an.

## C. Cartographie des acteurs

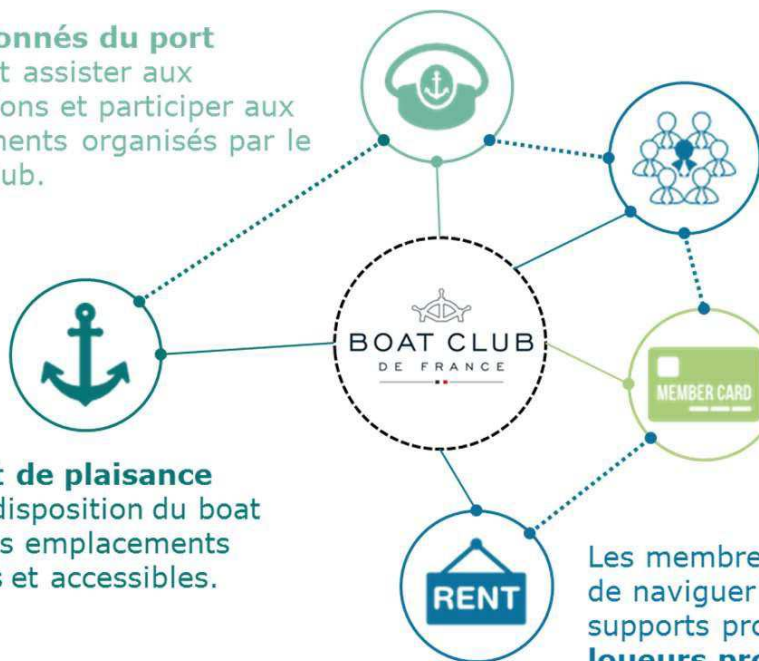
Les **abonnés du port** peuvent assister aux formations et participer aux événements organisés par le Boat Club.

Les formations sont assurées par des **entreprises spécialisées**.

Les **membres** sont évalués par le Boat Club sur la bonne utilisation des bateaux et le respect du règlement du port

Les membres ont la possibilité de naviguer sur les différents supports proposés par les **loueurs professionnels partenaires**.

Le **port de plaisance** met à disposition du boat club des emplacements visibles et accessibles.



Pour les ports de plaisance, la présence d'un boat-club génère de l'**animation** et de l'**activité économique**. Le fonctionnement du club nécessite des espaces et des locaux (capitainerie, barge flottante, etc.) pour l'accueil des clients, ce qui constitue des **recettes complémentaires pour le port**. Des logiques de **mutualisation de moyens** peuvent également être envisagées.

### *Le parcours client*

**Les plateformes numériques renouvèlent profondément le rapport aux services portuaires :**

- les clients, consommateurs d'activités de plaisance, peuvent s'informer et interagir plus facilement et plus rapidement en mobilité (les **risques d'interactions** sont accrus),
- les clients usent de leur **pouvoir de recommandation**.

Dans ce contexte, les ports doivent prendre en considération les attentes des plaisanciers à travers l'analyse de leur parcours et s'interroger sur leur **empreinte en termes d'expérience offerte**. Cette expérience client peut constituer pour les ports un avantage concurrentiel et un **levier stratégique de différenciation**.

Il est donc primordial que les ports de plaisance puissent se positionner et intervenir à tous les moments critiques du parcours du plaisancier :



Le parcours client peut être perçu comme un outil de pilotage permettant d'identifier où et comment **accroître la satisfaction des plaisanciers** à chaque étape dans le but de **maximiser les recommandations** et d'**acquérir de nouveaux clients**. La démarche peut s'articuler autour des actions suivantes :

- vérifier et compléter les informations diffusées,
- répondre aux critiques des clients de façon réactive,
- personnaliser les relations clients,
- dépasser les standards du marché de la plaisance.

## Les atouts, faiblesses, opportunités et menaces

Réfléchir aux pratiques émergentes, c'est encourager les initiatives innovantes portées par les nouveaux acteurs de la plaisance tout en les encadrant. Par ce biais, les ports de plaisance peuvent **devenir partie prenante de la construction d'un nouveau modèle portuaire** et **anticiper les risques inhérents à ces pratiques**.

L'identification des atouts et des faiblesses des nouvelles pratiques de la plaisance permet de **formuler les axes stratégiques à développer** :

### ATOUS

- Fonctionnement basé sur une pratique de la plaisance partagée, conviviale, immédiate et flexible
- Décloisonnement du monde de la plaisance et du nautisme par la mise en lien de ses différents acteurs (tiers de confiance)
- Possibilité d'engager des processus de co-production de l'information
- Rôle d'accompagnement et formation des nouveaux plaisanciers

### FAIBLESSES

- Offre quasi-exclusivement numérique qui nécessite une maîtrise des outils technologiques
- Offre de services à distance qui rend difficile le processus de recours en cas de problème
- Absence de garantie sur la qualité du service proposé par les particuliers
- Apparition d'activités de navigation illégales qui échappent en partie aux prélèvements fiscaux et aux cotisations sociales, et présentent un risque pour les usagers

Les **opportunités** suivantes sont les possibilités qui s'offrent aux ports de plaisance, dans le contexte des atouts et des faiblesses actuels :



#### Diversification de l'offre de services et élargissement de la clientèle :

- développement d'offres alternatives permettant de capter les anciens propriétaires de bateaux avec des solutions financières plus accessibles, et d'attirer de nouvelles clientèles (familles, entreprises, etc.),
- développement d'offres complémentaires permettant de diversifier les services aux abonnés (formations, organisation d'événements nautiques, etc.).



#### Optimisation de l'organisation :

- mutualisation des ressources humaines (notamment pour la petite conciergerie),
- simplification et sécurisation des tâches administratives.



#### Développement touristique et accroissement des retombées économiques :

- animation et amélioration de l'attractivité avec l'organisation d'événements nautiques,
- dynamisation du plan d'eau (augmentation du nombre d'emplacements pour les escales).



#### Amélioration de la communication et de la commercialisation :

- promotion du port et maîtrise des informations diffusées,
- meilleure connaissance des clientèles permettant d'adapter les offres aux nouvelles attentes.

Les **menaces** sont les problèmes et les obstacles qui peuvent limiter voire empêcher le développement des ports de plaisance :

- **Nécessité de repenser le plan d'eau** afin de positionner les bateaux en location sur des emplacements visibles et accessibles
- **Augmentation des charges variables** (eau et électricité pour les bateaux loués à quai, personnel intérimaire en haute saison pour gérer les flux supplémentaires, etc.)
- **Gestion d'une clientèle ponctuelle** ne connaissant pas nécessairement les règles de sécurité et de bon fonctionnement du port de plaisance
- **Nécessité de gérer l'e-réputation** (externalisation ou élargissement des compétences des agents portuaires)



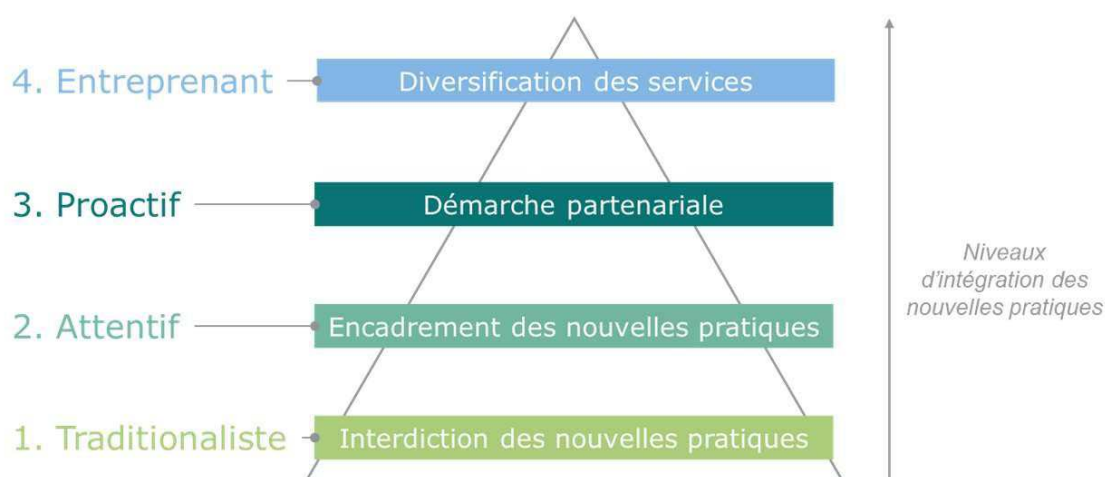
## Les fiches-actions

A travers ce guide, les gestionnaires de port sont invités à se lancer dans une **démarche de développement de nouvelles offres**. Celle-ci est génératrice d'**incertitudes** :

- **relatives au résultat final** : l'information est encore lacunaire sur ce que devraient être les choix se rapportant à des solutions qui n'existent pas encore ou partiellement,
- **relatives aux moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces solutions** : les règles de fonctionnement que les ports de plaisance devraient adopter pour produire ces solutions ne sont pas tout à fait définies.

Les **fiches-actions** proposées ici visent à réduire ce caractère incertain en posant quelques bornes sur la route de la **nécessaire adaptation des services portuaires**.

Elles sont classées selon plusieurs grands axes correspondant aux **4 positionnements que le gestionnaire de port peut adopter** face aux nouvelles pratiques :



Le **niveau d'intégration des nouvelles pratiques** est croissant depuis le positionnement « traditionaliste » jusqu'au positionnement « entreprenant ». Le positionnement « traditionaliste », qui consiste en l'interdiction par le gestionnaire des activités liées aux nouvelles pratiques dans le périmètre du port, ne fait pas l'objet de fiche-action car il n'est raisonnablement pas envisageable. Les autres positionnements sont illustrés par les fiches-actions suivantes :

- **Positionnement « attentif »** (encadrement des nouvelles pratiques)
  - *fiche n°1* : adaptation du règlement du port de plaisance
  - *fiche n°2* : information aux plaisanciers sur le droit applicable
  - *fiche n°3* : observatoire et suivi des clientèles
- **Positionnement « proactif »** (lancement d'une démarche partenariale avec les nouveaux acteurs de la plaisance)
  - *fiche n°4* : mise en œuvre d'un service de conciergerie
  - *fiche n°5* : gestion de l'e-réputation
  - *fiche-action n°6* : organisation d'un événement nautique
- **Positionnement « entreprenant »** (diversification des services portuaires)
  - *fiche n°7* : diversification des services
  - *fiche n°8* : développement d'une offre de barges habitables



## FICHE N°1 : Adaptation du règlement du port de plaisance

### Contexte

Le règlement du port a pour objet de définir les **modalités générales de fonctionnement, d'utilisation et d'occupation des installations portuaires**. A travers ce document, le gestionnaire de port est en mesure d'encadrer les nouvelles pratiques dans les limites administratives du port, notamment en ce qui concerne la location de bateaux à quai.

### Descriptif de l'action

La location de bateaux entre particuliers se pratique dans un cadre réglementaire dont les contours restent à définir : à partir de combien de jours de location par an, ou de revenus perçus, le navire est défini comme étant à *usage commercial* ? Le gestionnaire de port peut donc difficilement interdire la location d'un navire entre particuliers pour une navigation, l'activité ne pouvant pas être considérée comme une activité commerciale.

En ce qui concerne la location d'un navire entre particuliers à titre d'hôtellerie à quai, le gestionnaire peut choisir soit d'interdire l'activité car le propriétaire abonné du port dispose d'un droit d'usage d'un emplacement sur le domaine public maritime sur une période donnée mais ne peut sous-louer à titre onéreux cet emplacement, soit **d'encadrer la pratique en incitant le propriétaire à déclarer ses intentions locatives** en lui imposant certaines conditions (obligation d'information auprès des loueurs particuliers, souscription à un contrat d'assurance couvrant l'activité de location et d'hôtellerie à flot, obligation pour le locataire de déplacer le navire sur ordre des agents de port et donc d'avoir les compétences requises, etc.).

**Exemple d'article de règlement portuaire :** *L'usager s'engage à aviser le gestionnaire du port de toute utilisation de son navire par des tiers. Il se doit d'informer ces tiers des obligations de respect du règlement du port et de souscrire à une assurance couvrant cette activité.*

Par ailleurs, le règlement du port pourra intégrer les dispositions suivantes :

**Obligations de bon voisinage :** les prescriptions de bon voisinage valables à terre sont applicables aux séjours à bord des navires. Les usagers sont tenus de respecter la réglementation en vigueur en matière de bruit, odeurs et autres nuisances.

**Lutte contre les risques d'incendie :** il est interdit d'allumer du feu sur les quais, pontons, terre-pleins et ouvrages portuaires et d'y avoir de la lumière à feu nu, ainsi que sur les navires. D'autre part, les navires ne pourront rester sous tension électrique qu'en présence d'une personne à bord. Tous les branchements constatés sur un navire dont les occupants sont absents seront neutralisés par les agents du port. Tout dommage résultant de cette neutralisation ne pourra être imputé au gestionnaire du port.

**Gestion des déchets :** sur les ouvrages, pontons, chenaux d'accès et eaux du port, il est interdit de jeter des décombres, ordures, liquides insalubres, huiles de vidange, carburants ou matières polluantes quelconques, et d'utiliser des toilettes à rejet direct.

**Retrait de l'autorisation par manquement au règlement :** tout manquement aux dispositions du règlement de port entraînera le retrait de l'autorisation d'occupation du domaine public après mise en demeure notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, restée infructueuse à l'expiration d'un délai de 8 jours après sa présentation. En cas de non libération du poste d'amarrage immédiatement après notification du retrait de l'autorisation d'occupation, l'occupant sans droit ni titre sera redevable d'une indemnité d'occupation calculée sur la base du tarif escale en vigueur dans le port pour un bateau de même catégorie.

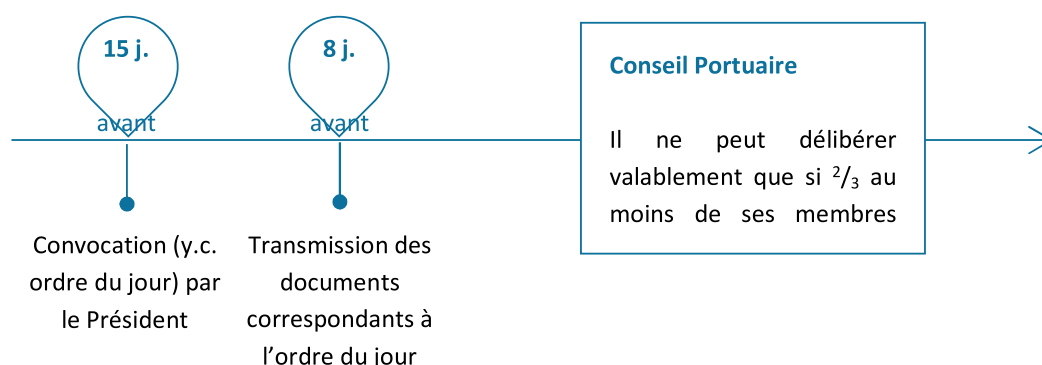


## Publics visés et résultats attendus

**Anticiper les risques** inhérents aux nouvelles pratiques, notamment en ce qui concerne la location de bateaux à quai, en déployant des mesures réglementaires à destination des **propriétaires abonnés** et des **locataires particuliers**.

## Mise en œuvre

Préalablement à la modification du règlement du port, le **conseil portuaire** doit être consulté selon le calendrier et les conditions rappelées ci-dessous :



## Exemple

Le règlement du port de plaisance de la Grande Motte précise que :

*[...] toute personne qui souhaite exercer une activité onéreuse [...], même temporaire, sur le domaine public portuaire, doit en faire la demande écrite préalable à l'autorité portuaire qui jugera si cette dernière satisfait ou non aux obligations générales auxquelles est assujettie l'activité envisagée, au regard de l'étude du dossier fourni par le demandeur.*



## FICHE N°2 : Information aux plaisanciers sur le droit applicable

### Contexte

Une des préoccupations du gestionnaire de port, dans son **rôle de prescripteur**, doit être la diffusion d'une information exacte et sincère aux plaisanciers sur l'étendue de leurs droits et obligations (conditions de mise en location d'un bateau, cadre fiscal, etc.). L'objectif est de **réduire l'incertitude juridique** qui pourrait nuire à la sécurité et au bon fonctionnement du port.

En effet, le plaisancier doit être conscient que les garanties prévues par le droit de la consommation (en matière de qualifications, de respect des normes de sécurité, etc.) ne s'appliquent qu'aux transactions effectuées avec un professionnel. Ce sont les **règles du code civil** qui encadrent les relations de particulier à particulier.

### Descriptif de l'action

L'information pourra comprendre les éléments suivants :

#### ■ Location de bateaux entre particuliers

##### Cadre réglementaire

Les loueurs particuliers ne sont pas soumis aux mêmes exigences de révision que les professionnels (contrôle de sécurité annuel des gilets autogonflants, des extincteurs, etc.) Cependant, **le bateau loué doit être en règle en matière d'armement de sécurité**, conformément à la **division 240**.

**Un propriétaire particulier ne peut pas proposer ses services en tant que skipper sur son propre bateau, sauf s'il dispose d'un brevet professionnel** comme le *Capitaine 200* ou le *Yachtmaster*. Les personnes qui s'engageraient dans cette activité sans les attestations spécifiques s'exposeraient à des sanctions pénales.

##### Assurance

**Il est conseillé d'étendre le contrat d'assurance aux risques liés à l'activité de location, même ponctuelle.** Deux possibilités s'offrent aux propriétaires : souscrire à une formule multirisque à la journée via les plateformes de location, ou demander à son assurance de réévaluer sa prime en ajoutant une *garantie location entre particuliers*. Les formules proposées ne doivent pas être comparées selon le seul critère *prix*, il faut également prêter attention aux conditions générales et aux risques couverts.

##### Fiscalité

**Les revenus issus de la location ponctuelle ou régulière d'un bateau doivent être déclarés** sous le régime *bénéfices industriels et commerciaux*. Par ailleurs, les plateformes de location sont tenues de fournir un relevé annuel des revenus réalisés à travers leur système.

##### Autre

Le **règlement du port** ainsi que le **plan de gestion des déchets** et le **plan de lutte contre les incendies** doivent être distribués aux locataires.



## ■ Co-navigation

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cadre réglementaire | Une <b>participation aux frais de navigation</b> (carburant, nourriture, redevance d'escale), de possession (redevance portuaire annuelle, prime d'assurance, taxe de francisation) et d'entretien du bateau ramenés au nombre de jours de co-navigation puis au nombre de personnes embarquées, propriétaire inclus, peut être demandée aux équipiers embarqués, à l'exclusion de tous les frais non directement imputables à la prestation en question. Au-delà, l'activité revêt un caractère professionnel. |
| Assurance           | L'appartenance à un club affilié à une fédération sportive agréée ou la souscription d'un contrat d'assurance multirisque habitation garantit une <b>assurance minimale à l'équipage du bateau</b> . En dehors de ces deux cas de figure, il est impératif de vérifier que l'assurance <i>plaisance</i> couvre bien l'équipage du bateau.                                                                                                                                                                       |
| Fiscalité           | Les revenus issus de cette activité ne sont pas tenus d'être déclarés et sont exonérés d'impôt. Cependant, <b>les pièces de nature à justifier du bien-fondé de l'exonération doivent être conservées par le propriétaire</b> , celles-ci devant être fournies à l'administration sur sa demande.                                                                                                                                                                                                               |

## Résultats attendus et publics visés

Prévenir les accidents et les conflits d'usage potentiels :

- en rappelant aux **propriétaires abonnés** les obligations attachées aux activités de location et de co-navigation, certaines pouvant être définies dans le règlement du port,
- en permettant aux **locataires particuliers** et aux **co-navigateurs** de mieux appréhender le fonctionnement du port et les règles de sécurité.

## Mise en œuvre

Envoi de courriers/courriels, distribution de prospectus, affichage, etc.

## Exemple

Dans sa *lettre d'information*, le gestionnaire de port peut préciser les engagements et responsabilités de la location de bateaux entre particuliers :

*Ces derniers mois, une augmentation des locations de bateaux entre particuliers a été constatée. Afin de pratiquer cette activité sans nuire à la sécurité et au bon fonctionnement du port, il est nécessaire de respecter certaines conditions :*

- *le bateau loué doit être en règle en matière d'armement de sécurité conformément à la division 240,*
- *il est fortement conseillé d'étendre le contrat d'assurance aux risques liés à l'activité de location,*
- *tout rejet d'eaux usées est interdit dans le port,*
- *etc.*



## FICHE N°3 : Observatoire et suivi des clientèles

### Contexte

Les comportements de consommation ont subi en peu de temps une évolution inédite. Dans ce cadre, **les gestionnaires de port se doivent de bouleverser leur manière de prendre en considération leurs clientèles** pour élaborer des positionnements stratégiques pertinents. Pour ce faire, il est nécessaire de **comprendre les attentes des plaisanciers à travers l'analyse de leurs parcours** et de **s'interroger sur l'empreinte en termes d'expérience offerte**.

### Descriptif de l'action

Pour adopter une posture foncièrement orientée vers le client, le gestionnaire de port dispose d'un outil fondamental : la *voix du client*.

Ce terme renvoie à trois formes d'écoute :

- 1 **l'expression sollicitée** à travers des enquêtes administrées par courriel ou via un questionnaire papier abordant l'origine géographique des plaisanciers, leur mode de consommation, etc.

Dans ce cadre, le gestionnaire de port peut aller plus avant dans la sollicitation en lançant une **démarche de co-crédation** de nouveaux services afin de mieux intégrer les points de vue des clients et leurs attentes. Plusieurs leviers peuvent être actionnés afin de les inciter à participer :

- **selon une logique expérientielle**, montrer qu'il s'agit d'un moyen de bénéficier de services en adéquation avec leurs besoins et d'accroître leur satisfaction client,
- **selon une logique économique**, les faire profiter d'avantages ponctuels comme des nuitées gratuites.

- 2 **l'expression directe** du plaisancier par oral, via le registre des réclamations, par courrier, par courriel ou à travers les réseaux sociaux.

Les agents portuaires, au contact direct des plaisanciers, doivent être les **reporteurs des attentes et du vécu des clients**. Le gestionnaire de port peut avantageusement mettre à disposition des agents des outils tels que des formulaires pour faire remonter l'information client.

- 3 **l'expression indirecte** à travers des études externes (organismes publics, cabinets de conseil, etc.) ou de l'observation.

Plusieurs techniques observatoires sont à disposition du gestionnaire de port comme la vidéo in situ ou le *shadowing* qui consiste en un suivi silencieux des utilisateurs sur des séquences complètes de leurs parcours afin de **comprendre les comportement réel** (ce qu'il dit n'est pas toujours ce qu'il fait) et de préciser les besoins exprimés ou non.

### Publics visés et résultats attendus

- Connaître les besoins, usages et attentes des **clientèles** (en escale et abonnées) et développer des offres et des prestations de service en adéquation avec ces attentes
- Anticiper les évolutions du marché de la plaisance
- Fidéliser les clientèles



## Mise en œuvre

Tout d'abord, le gestionnaire de port doit faire en sorte de **faciliter la remontée de la voix du client**. Si exprimer une réclamation demande trop d'effort au client, les insatisfactions ne seront pas identifiées et les dysfonctionnements ne seront pas résolus.

Il pourra ensuite :

- **identifier les besoins** les plus fréquents concernant son offre,
- **caractériser des segments de clientèle** partageant les mêmes besoins de façon à les identifier et mesurer leur potentiel,
- **améliorer et développer des offres** correspondant aux besoins des différents segments de clientèle.

Le **taux de fidélisation** est un indicateur pertinent de l'amélioration continue guidée par la voix du client. Il désigne la capacité du port à conserver ses clients sur une période donnée. Un exemple de calcul est donné ci-dessous :

| Saison | Les plaisanciers en escale | Les nouveaux venus | Les revenants | Taux de fidélisation |
|--------|----------------------------|--------------------|---------------|----------------------|
| 2015   | 1198                       | 324                | -             | -                    |
| 2016   | 1214                       | 201                | 727           | 61%                  |
| 2017   | 1203                       | 186                | 769           | 63%                  |

Taux de fidélisation = (les revenants de la saison en cours/les plaisanciers en escale de la saison antérieure)\*100

## Exemple

La **CCI Nice Côte d'Azur** « alimente le lancement de nouveaux services grâce à une structuration et une professionnalisation de son écoute des clients, grâce à des enquêtes de satisfaction ou par la répétition d'un suivi auprès de son panel. [...] Le catalogue des offres est construit à partir de cette vision proactive du client. Ainsi, une offre « copropriété » a été construite en fonction d'une observation fine des comportements de consommation (passage / hivernage / estivage / manifestation) ou encore une offre de mise en gestion de navires pour les sédentaires [...]. »

Par ailleurs, « des fiches d'indicateurs de suivi d'activités et des différents segments de clientèle ont été systématisées pour un meilleur suivi longitudinal de la réponse client. »

*Extrait du rapport « Faits & chiffres 2017 »*



## FICHE N°4 : Mise en œuvre d'un service de conciergerie

### Contexte

Certains segments de clientèles des ports de plaisance souhaitent pouvoir bénéficier de **services portuaires et péri-portuaires à forte valeur ajoutée**, aux standards élevés ainsi que des prestations mettant en avant les relations entre le port et son environnement touristique.

Développer la qualité de l'accueil et permettre la montée en gamme des services devient une préoccupation forte des nouvelles entreprises du secteur qui proposent de plus en plus de prestations de conciergerie portuaire (Kerboat, Capaucap, Myboatmanager, Click&Boat avec les *boat managers*, Conciergerie Plaisance de Generali, Universail, etc.). Ce service peut prendre la forme d'une conciergerie physique et/ou d'une conciergerie numérique (application smartphone de mise en relation) offrant différents services à des tarifs préférentiels.

La mise en place d'un service de conciergerie nécessite de développer des liens étroits avec le tissu commercial et de mener des actions de communication et de promotion à travers les nouveaux acteurs de la plaisance qui constituent de véritables caisses de résonances.

### Descriptif de l'action

**L'on distingue trois niveaux de service de conciergerie portuaire, à adapter selon l'environnement économique et social du port :**



\*Accueil par un agent, informations et remise en main de brochures sur le port et sur son environnement commercial et touristique

\*\* Assistance technique liée à la pratique de la plaisance : état des lieux de sortie et d'entrée, entretien et travaux, navigation, avitaillement, etc.

\*\*\* Réservation de services pratiques liés au quotidien (pressing, réception de colis, shopping, livraison, etc.) et réservation de séjours touristiques (hébergement, restauration, transport, bien-être)

### Publics visés et résultats attendus

Le service de conciergerie est à destination des **abonnés du port** et **des plaisanciers en escale**. Pour le gestionnaire de port, ce service permet :

- ➔ **d'améliorer l'attractivité** de l'équipement avec le maintien/ l'accroissement du nombre de nuitées au port, la fidélisation des plaisanciers et l'allongement de la durée de séjour au port,
- ➔ **de déployer une démarche qualité** en contrôlant les services, et en valorisant le tissu commercial local par la mise en place de partenariats,
- ➔ **de développer une stratégie marketing** avec l'augmentation de la satisfaction client, la création d'un avantage concurrentiel avec les autres ports, et l'amélioration de l'image.



## Mise en œuvre

---

Le service de conciergerie nécessite de **recruter du personnel dédié**, d'**acquérir des équipements spécifiques** (véhicule utilitaire notamment), et de **déployer une stratégie de communication** qui pourra s'appuyer sur les nouveaux acteurs de la plaisance (plateformes de location, de co-navigation, de réservation, boat clubs).





## FICHE N°5 : Gestion de l'e-réputation

### Contexte

Sur Internet, les avis clients deviennent un critère d'achat décisif pour les consommateurs. A l'instar des sites d'avis sur les équipements touristiques, les **avis sur les ports de plaisance** sont aujourd'hui présents sur différentes plateformes numériques (Navily, Portsadvisor, Petit Matelot et dans une moindre mesure, Trip Advisor) entraînant un profond renouvellement des rapports entre plaisanciers et gestionnaires de port.

Il devient primordial pour le gestionnaire de port de prendre en considération les nouveaux modes d'interaction à travers l'analyse des parcours clients et de **se positionner à tous les moments critiques du parcours du plaisancier**. Par l'agrégation des avis postés sur les différentes plateformes existantes, le gestionnaire de port est en mesure de connaître, d'analyser, et de contrôler le niveau de réputation du port de plaisance qui se construira à partir de la présence des services nécessaires et de la qualité des prestations.

### Descriptif de l'action

**Établir une stratégie de veille** en définissant les sources cibles (blogs, forums, sites d'avis spécialisés, etc.) et en utilisant des processus de signalement automatisés.

**Prendre le contrôle sur les informations diffusées** en vérifiant et complétant les données si nécessaire.

**Maximiser les recommandations** de la part des plaisanciers en veillant à la satisfaction client. Les avis auront un effet incitatif, c'est pourquoi il peut s'avérer judicieux de mener des actions de communication encourageant les plaisanciers à partager leur expérience du port. Une structure ayant peu de commentaires est souvent perçue comme peu populaire.

**Observer, mesurer et analyser les avis en ligne** (des outils d'alerte sont disponibles afin d'organiser une veille efficace) afin de dégager des tendances et de faire émerger les points forts / faibles de l'offre de services. L'observation permettra d'identifier les axes d'amélioration et les investissements futurs.

**Répondre aux avis** laissés par les plaisanciers (il est à noter que 85 % des utilisateurs de Trip Advisor pensent qu'une réponse à un mauvais commentaire améliore leur perception de l'établissement). Cette tâche peut être externalisée ou être prise en charge par les agents portuaires ayant suivi une **formation spécifique** auprès des organismes de formation professionnelle (Agefos, CCI, etc.). Une réponse à un client rédigée par les agents portuaires permettra de consolider la culture du service client au sein de l'équipe. Le gestionnaire pourra ainsi instaurer un véritable dialogue, personnaliser les relations clients et les rendre durables.

### Publics visés et résultats attendus

Une bonne communication permet d'**accroître la satisfaction des usagers du port** (propriétaires abonnés, plaisanciers en escale, visiteurs). Pour le gestionnaire, l'objectif est :

- ➡ **d'attirer de nouvelles clientèles** et de **fidéliser les clientèles existantes**,
- ➡ **d'amplifier la visibilité du port** et d'**améliorer son image**,
- ➡ **d'améliorer la qualité des services** en s'appuyant sur les avis des usagers.



## Mise en œuvre

---

La gestion de la réputation du port peut être :

- **internalisée** en faisant bénéficier les agents portuaires d'une formation adaptée,  
La CCI Nantes Saint-Nazaire propose une formation d'une journée sur la veille internet et l'e-réputation (connaître les outils de veille en ligne et d'e-réputation, savoir comment réagir sur le web, élaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux, etc.) pour un coût de 400 € net.
- **externalisée** en faisant appel à une agence spécialisée en communication digitale.

## Exemple

---

La **CCI Nice Côte d'Azur** exploite les technologies de l'information et la communication pour ses actions de promotion et en digitalisant son offre de service : portail web services et newsletter, réseaux sociaux, nouveaux canaux (application mobile), et campagnes de génération de trafic.

Cette stratégie doit répondre à 3 finalités : attirer, fidéliser et obtenir l'engagement des publics, valoriser auprès d'un grand public son rôle de gestionnaire, diffuser une information de plus en plus qualifiée auprès de ses clients.



## FICHE N°6 : Événementiel

### Contexte

Les **manifestations nautiques** ont un effet important en matière de **développement touristique**, d'**image** et d'**attractivité**. L'**impact économique** peut être significatif. En 2016, les fêtes maritimes de Brest ont permis de générer 21,5 M€. Pour 1 € de financements publics, environ 8 € ont été réinjectés dans l'économie locale. Le territoire de Toulon a également bénéficié de retombées économiques importantes (9,1 M€) en accueillant la coupe de l'America en septembre 2016. Pour 1 € investi par les organisateurs, plus de 2 € ont été générés.

Les nouveaux acteurs de la plaisance se positionnent également comme **organiseurs d'événements nautiques** : croisières en flottille avec des animations dans les ports d'escale, sorties à thème, salons, conférences, lancements de nouveaux modèles de bateaux, etc. L'objectif pour le gestionnaire de port est de capter ces flux en accueillant a minima ces manifestations, voire en initiant et en organisant des événements nautiques.

### Descriptif de l'action

Le tableau ci-dessous permet de **déterminer le niveau d'implication du gestionnaire de port**, de l'accueil personnalisé à l'organisation de manifestations nautiques :

| Degré d'implication du gestionnaire |  |     |     |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
| Investissement financier            |                                                                                      | +   | +++ |
| Investissement humain               | +                                                                                    | ++  | +++ |
| Investissement technique            | ++                                                                                   | +++ | +++ |

\* **Accueil des plaisanciers** arrivés par le biais des plateformes de mise en relation : accueil personnalisé par un agent portuaire, avantages ponctuels (nuitée gratuite, prix négociés chez les commerçants locaux, etc.)

\*\* **Accueil d'événements et animations locales** (organisés par la commune, les OTI, les commerçants) dans les espaces portuaires.

\*\*\* **Impulsion et organisation d'un événement nautique** par le gestionnaire du port en partenariat avec la plateforme de mise en relation et les acteurs locaux



La mise en œuvre d'un événement nautique nécessite au préalable de :

- 1 **Préciser et valider le projet** : définir les objectifs, identifier les clientèles cibles, les acteurs à impliquer (associations, commerçants, etc.), le mode d'organisation (en propre, via une société spécialisée), les ressources à engager, évaluer les retombées économiques afin de susciter l'adhésion et élaborer le calendrier des actions à conduire
- 2 **Lancer les demandes d'autorisation** : la pratique de navigation de plaisance dans le cadre d'une manifestation sportive nautique, fête nautique ou autre concentration de bateaux peut causer des risques et dommages pour les pratiquants et les tiers, et sont susceptibles d'entraver la navigation. L'organisation, la sécurité et l'assistance font l'objet de réglementations spécifiques qui nécessitent l'intervention d'organismes particuliers. Les manifestations sont soumises à des obligations vis-à-vis d'un certain nombre d'acteurs : préfet, maire de la collectivité, fédérations sportives, etc.
- 3 **Communiquer** sur l'évènement auprès des médias, des influenceurs et du public.

---

### Publics visés et résultats attendus

Les événements nautiques sont organisés à destination des **propriétaires abonnés**, des **plaisanciers en escale**, et des **visiteurs** (professionnels, touristes, familles, sportifs, etc.). Pour le gestionnaire, l'objectif est :

- ➡ d'**amplifier la visibilité du port** et d'**améliorer son image**,
- ➡ de **capter de potentiels usagers** du port et de **fédérer des communautés de clientèles**.

---

### Mise en œuvre

Afin d'accompagner le développement des événements nautiques, le gestionnaire de port pourra **apporter une aide logistique** aux organisateurs par la mise à disposition d'emplacements portuaires, de locaux, et d'emplacements à terre pour le stationnement des véhicules.

Si la manifestation est organisée en propre, le gestionnaire devra déployer des **moyens humains et financiers** afin d'assurer la préparation, la sécurité et la surveillance de la manifestation.

---

### Exemple

Le salon **Les Nautiques de Port-Camargue**, organisé par une association regroupant les professionnels du nautisme et par les services du port, est devenu une grande fête du nautisme qui réunit tous les acteurs de la vie locale et draine vers le port gardois des milliers de visiteurs.

La manifestation associe la plateforme de co-navigation *Vogavecmoi* qui facilite durant l'événement les rencontres entre propriétaires de bateaux à la recherche d'équipiers et plaisanciers désireux de trouver un embarquement.



## FICHE N°7 : Diversification des services

### Contexte, publics visés et résultats attendus

La plaisance est en pleine mutation aussi bien dans l'organisation de l'exploitation que dans l'éventail des services proposés aux clientèles. Pour faire face à ces changements, le gestionnaire de port doit faire évoluer son modèle économique pour **fidéliser la clientèle existante**, mais aussi **conquérir les néo-plaisanciers**, usagers de mieux en mieux informés, **de plus en plus volatiles** et exigeants.

Si les statuts du gestionnaire et la convention d'exploitation le permettent, le gestionnaire de port pourra **diversifier ses services** et **lancer des activités en rapport avec l'utilisation du port** (location, co-navigation, boat-club) en propre ou en sous-concession. L'objectif est de **construire un nouvel avantage compétitif**.

### Descriptif des actions et mise en œuvre

#### 1 Développer de nouvelles offres en propre

##### ☒ Service de co-navigation à destination des abonnés du port

Les évolutions numériques viennent compléter les circuits traditionnels d'accès à la plaisance, notamment en multipliant les points de rencontre entre plaisanciers. Le principe de la bourse aux équipiers a toujours existé et est plus ou moins encadré et organisé par les capitaineries avec les clubs de voile locaux : petites annonces, rubrique dédiée sur le site internet du port, etc. Le gestionnaire de port pourra donc **digitaliser** cette offre en développant une application smartphone (de 10 000 € à 60 000 € selon le niveau de complexité) et/ou un site internet dédié (de 4 000 à 10 000 € en fonction du suivi marketing à opérer).

**Le réseau d'abonnés utilisateurs du service doit cependant être suffisamment dense** pour apporter aux plaisanciers locataires une offre satisfaisante et de la flexibilité horaire. De nombreuses collectivités et entreprises se sont heurtées à cette problématique inhérente à l'économie collaborative, en finançant ou développant des plateformes de mises en relation qui, faute d'un nombre d'inscrits suffisant, n'ont jamais atteint la « masse critique » nécessaire, ne générant ainsi qu'un nombre très faible de mises en relation.

##### ☒ Service de location de bateau et boat club

Un boat club est un club nautique disposant d'une flotte de bateaux disséminés dans différentes bases accessibles aux membres s'étant acquittés des frais d'entrée et versant des redevances mensuelles. Ce concept, à mi-chemin entre la location et l'achat, est né aux Etats-Unis où il a été très largement développé (le champion de la filière, Freedom Boat Club, dispose de 150 bases). Cette offre a radicalement transformé le marché de la plaisance outre-Atlantique avec l'**augmentation considérable des volumes de pratique**, le **rajeunissement des pratiquants** et la **diversification des clientèles**.

La mise en œuvre de cette activité par le gestionnaire de port nécessitera un investissement moyen de 20 000 € par bateau, la formation des agents portuaires pour l'accueil des membres du boat club, et le développement d'un logiciel de gestion des réservations. En haute saison, des saisonniers pourront être affectés au nettoyage des bateaux.



## 2 Développer de nouvelles offres en s'appuyant sur des prestataires extérieurs

### ☒ Service de co-navigation à destination des abonnés du port

Le gestionnaire de port pourra **lancer une démarche partenariale avec des plateformes existantes en créant une communauté dédiée pour le port**. Elle sera encadrée et animée par les agents portuaires au travers d'un certain nombre de prestations : information et accueil à la capitainerie (livret d'accueil, etc.), animations (mise en place de moments de convivialité et d'échanges entre les plaisanciers, formations à la sécurité, etc.). Les membres de cette communauté devront être perçus comme des **ambassadeurs du port** et des influenceurs contribuant à construire la renommée du port.

Ce service pourra également revêtir un **caractère pédagogique**. Un livret de formation pourra être délivré aux membres de la communauté permettant aux plaisanciers abonnés d'évaluer et de communiquer le niveau de pratique des plaisanciers locataires. Il pourra contenir des fiches pédagogiques relatives aux règles de navigation dans le port, les bonnes pratiques à adopter, la démarche environnementale du port, etc.

### ☒ Service de location de bateau et boat club

Le gestionnaire de port pourra **lancer une procédure de mise en concurrence afin de sélectionner un opérateur économique** qui développera l'activité de location et/ou l'offre de boat club. Le **cahier des charges** constituera la pièce maîtresse du dossier de consultation. Il portera à la connaissance des candidats l'essentiel des informations (nature des prestations, qualité de la mise en œuvre, redevance, etc.) qui leur permettront de présenter leur offre dans des conditions de stricte égalité et qui déterminera les bornes entre lesquelles la négociation entre ceux-ci et le gestionnaire pourra s'établir.

En amont du lancement de la consultation, le gestionnaire pourra **lancer une démarche de sourçage en direction des opérateurs potentiels**, afin de mieux appréhender le contexte concurrentiel et les capacités des opérateurs à répondre à ses attentes. Ces échanges préalables ne devront pas venir fausser la concurrence et entraîner une violation des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures. Le gestionnaire de port ne devra donc pas cibler des produits touristiques ou des prestations de service dont l'offre très restreinte aboutirait à réduire le champ de la concurrence à un nombre limité d'opérateurs.



## FICHE N°8 : Afficher la qualité de son port grâce au label Qualité Plaisance

### Contexte

La Fédération Française des Ports de Plaisance a lancé le **1<sup>er</sup> label national Qualité Plaisance**, un label qui va permettre de **développer le port du XXI<sup>e</sup> siècle**, d'**imaginer la capitainerie du futur**. C'est pour répondre à l'évolution des attentes de ses usagers que la FFPP a engagé une démarche qualité continue. Cet engagement a été auréolé, en décembre 2016, par l'intégration de la FFPP au sein du « Réseau national de la Marque Qualité Tourisme™ ». Preuve de la confiance et de la reconnaissance accordées au niveau national par l'Etat, dont tous les acteurs de la filière peuvent être fiers aujourd'hui.

### Un label aux 12 axes clés pour répondre aux attentes des usagers

Le Label Qualité Plaisance est le fruit d'une investigation de grande ampleur auprès de nombreuses démarches qualité et d'une mise à l'épreuve terrain qui a permis de recenser les meilleures pratiques au niveau national. Ainsi, le référentiel s'articule autour de **12 domaines de référence en phase avec le parcours d'un usager au quotidien** :

- 1 - Promotion et communication
- 2 - Demande de renseignements en amont de la prestation
- 3 - Aménagements urbains & Services portuaires
- 4 - Espace d'accueil
- 5 - Accueil - Prise en charge - Départ
- 6 - Sanitaires
- 7 - Douches
- 8 - Le développement durable
- 9 - Commercialisation des emplacements portuaires
- 10 - Satisfaction clientèle
- 11 - Organisation
- 12 - Dispositions de management

### Un label à double niveau : Qualité Plaisance et Qualité Tourisme™

Le label Qualité Plaisance est constitué d'un **classement en 5 anneaux progressifs, 5 niveaux d'excellence** relatifs à la gestion portuaire. Il s'inscrit en cohérence avec d'autres dispositifs qualité tels que les Gold Anchors (portés par The Yacht Harbour Association).

La marque Qualité Tourisme™ débute au **4<sup>e</sup> anneau**. Ses critères s'orientent davantage sur la qualité d'accueil, la communication... C'est l'unique et tant convoitée reconnaissance qualité créée par l'État dans le secteur du Tourisme. Les ports engagés dans une démarche qualité peuvent ainsi gravir les échelons jusqu'à l'obtention d'un label d'exception reconnu aux niveaux national et international.

### Le label Qualité Plaisance, un atout pour les ports

Le Label Qualité Plaisance, c'est :

- L'assurance d'une **satisfaction client plus élevée**
- **Une visibilité** sur les marchés national et international
- Une preuve irréfutable de **professionnalisme**
- Un **outil de valorisation** reconnu à l'échelle nationale
- Un gage de **reconnaissance par les partenaires locaux**, professionnels comme institutionnels
- Un véritable outil de **management interne**



## Comment entrer dans la démarche qualité



### 1 À 2 ANNEAUX

*Auto-évaluez-vous sur le site de la FFPP pour obtenir le label Qualité Plaisance de niveau 1 ou 2. Le contrôle des informations fournies se fait sur base documentaire. La FFPP est susceptible de procéder à des contrôles visuels lors de visites de sa part, de son Union Régionale ou de clients mystères.*



### 3 À 5 ANNEAUX

*Adressez-vous à votre Union Régionale ou à la FFPP. Une délégation se rendra sur place pour une visite de labellisation à l'issue de laquelle votre classement fédéral vous sera attribué.*



### MARQUE QUALITÉ TOURISME™

*À partir de 4 anneaux, l'Union Régionale ou la FFPP vous oriente, si vous le souhaitez, vers l'audit externe et la Marque Qualité Tourisme™*

Découvrez le label qualité sur : [www.ffports-plaisance.com](http://www.ffports-plaisance.com)



## FICHE N°9 : Des Destinations bleues attractives et d'excellence dans le modèle Odyssea Tourisme et Croissance Bleue

### Contexte

La Fédération Française des Ports de Plaisance a lancé, en 2007 le programme stratégique Odyssea Tourisme et Croissance Bleue, modèle innovant de développement touristique qui vise à développer des **destinations bleues d'excellence**, en connectant le port et la cité portuaire à l'arrière-pays, en créant un itinéraire Mer & Terre basé sur des thématiques d'escales et les nouvelles technologies. Pour une Destination Bleue d'Excellence Odyssea®, **le tourisme devient un vecteur de croissance pour l'économie locale, l'emploi**, dans les métiers de la plaisance, du nautisme, de la pêche, l'agriculture, l'artisanat (promotion des savoir-faire et produits locaux)... dans une éthique environnementale et dans le respect des populations, cultures et identités locales. Le modèle Odyssea Tourisme et Croissance Bleue a été **reconnu à ce titre par les plus hautes instances et notamment par la Commission européenne**, qui en 2014, l'a retenu dans sa « Stratégie européenne pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime ».

### Redonner au port son rôle historique de porte d'entrée vers tout un territoire

Le modèle Odyssea Tourisme et Croissance Bleue défend la **thèse civilisationnelle** : tout a commencé par les villes-ports, la navigation sur les mers, les voies fluviales, l'organisation territoriale de la cité portuaire en lien avec son terroir, les mythes, les religions, les grandes découvertes, les arts, les échanges culturels et commerciaux... Pour un territoire, s'engager dans Odyssea Tourisme et Croissance bleue, c'est afficher sa volonté **de faire de son port une vitrine historique et culturelle**, vecteur de croissance économique. Toutes les richesses de la destination labellisée Destination Bleue d'Excellence Odyssea® sont à découvrir à partir du port de plaisance et sont à vivre à travers **6 thématiques d'escales** qui invitent à des découvertes originales et des activités. Une destination qui vous amène par ses chemins de traverse bleus et verts, depuis le littoral, jusqu'aux hauts-pays. Des itinéraires culturels, gourmands, des espaces naturels qui s'ouvrent à la pratique d'une multitude d'activités pour se détendre, se dépasser, se ressourcer. Des balades Terre - Mer, un véritable stade nautique, proposant de nombreuses activités nautiques, des escales saveurs, art de vivre... Une destination qui a du sens, du goût, un territoire labellisé Destination Bleue d'Excellence Odyssea® pour son attachement à la mer, aux traditions, à sa grande qualité d'accueil, de services et d'authenticité.

*L'itinéraire culturel européen Odyssea du patrimoine maritime en vidéo :*  
[https://www.youtube.com/watch?v=a\\_pBfuGr7e0&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=a_pBfuGr7e0&feature=youtu.be)



### Les 6 axes stratégiques Odyssea Tourisme & Croissance Bleue 2014 – 2020

Axe 1. Des **investissements productifs, innovants et éco-compatibles** concernant l'aménagement des destinations portuaires en lien avec leur collectivité régionale, pour assurer **plus d'attractivité à la destination** et la **promotion des voies bleues & vertes au fil de l'eau**.

Axe 2. **La mise en réseau et la promotion d'offres « Ecotourisme bleu »**, organisées et structurées autour des voies bleues navigables et vertes au fil de l'eau. leur valorisation culturelle et leur médiation



numérique le long d'un **grand « itinéraire culturel Mer et Terre »**.

Axe 3. Un **plan Qualité des Destinations Bleues**, visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité pour tous (l'utilisation de supports de promotion et d'interprétation innovants permet de mettre en œuvre des services à plus grande valeur ajoutée et de proposer aux visiteurs des activités sur les quatre saisons. Ces actions augmentent ainsi l'activité économique et, par conséquent, la création d'emplois de qualité).

Axe 4. L'organisation de l'itinérance autour de la symbiose ville - port de plaisance - hinterland, grâce au concept innovant d'**Eco-gare Odyssea Protect®** et d'**écomobilité**.

Axe 5. Le **développement durable** autour d'un nouveau modèle d'économie plus solidaire, plus éthique, plus respectueux de l'environnement et des cultures locales, structuré autour d'un « **cluster économique d'acteurs des voies bleues et vertes** », d'une coopération territoriale et d'une mise en réseau exemplaire en France et en Europe.

Axe 6. La **formation** des acteurs économiques engagés et l'**insertion économique** des personnes en recherche d'emploi.

### Zoom sur l'Eco-Gare Odyssea Protect®, une réponse concrète aux nouvelles attentes des clientèles

---

L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un **parc zéro émission de CO<sub>2</sub>** : voitures électriques, vélos, vélos électriques, gyropodes, navettes... C'est un **outil d'éducation et de promotion de l'engagement environnemental du port** qui permet d'adopter un comportement éco-citoyen, d'avoir une influence significative sur l'environnement en adoptant des pratiques éco-responsables.

Avec l'Eco-Gare Odyssea Protect®, le port de plaisance s'engage dans un modèle intégré d'éco-mobilité et d'itinérance touristique douce sur les itinéraires Mer et Terre Odyssea. En découvrant ce nouveau service, on comprend mieux le vrai potentiel en termes d'**impact sur l'environnement**, d'**attractivité des destinations** et de **satisfaction des clientèles** concernées et des habitants.

L'Eco-Gare Odyssea Protect®, c'est une réponse concrète aux attentes des clientèles envers une mobilité douce et plus ludique. Ce service répond à l'arrivée de nouvelles pratiques et de nouvelles attentes touristiques. En effet les touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » à travers leur séjour à destination (découverte du patrimoine mais aussi des habitants et leur mode de vie, vivre des expériences nouvelles, en dehors des visites standardisées...). Le transport écologique est ainsi amené à dépasser sa dimension fonctionnelle pour devenir le vecteur d'une expérience touristique innovante et attractive, grâce notamment au GPS touristique et au Road-Book imprimé qui présente les circuits, riche de petits conseils pratiques et touristiques, mais aussi de conseils en sécurité et d'éducation à l'environnement.

**Eco-Gare Odyssea Protect® à découvrir sur :** [www.odyssea.eu/ports/outils-odyssea/eco-gare-odyssea/](http://www.odyssea.eu/ports/outils-odyssea/eco-gare-odyssea/)

**Contact :** Sandrine Mazziotta-Bastien - [mazziotta.odyssea@gmail.com](mailto:mazziotta.odyssea@gmail.com) - 06.42.05.48.17



## FICHE N°10 : Développement d'une offre de barges habitables

### Contexte

Du fait notamment de la montée des eaux, **la mer est aujourd'hui considérée comme un nouveau lieu de vie**. Aux Pays-Bas, la ville d'Amsterdam développe depuis 2008 un projet urbanistique innovant en construisant des maisons flottantes dans un bassin protégé par une digue. A Tahiti, un projet d'installation de plateformes flottantes habitées a été approuvé début 2017 par le gouvernement polynésien.

De la même manière, en France métropolitaine, les logements et les activités hôtelières du littoral devront être relocalisés (d'après le GIEC, la hausse pourrait atteindre 80 cm d'ici à 2100). Les ports de plaisance pourraient alors **parer au manque d'espaces constructibles à terre** en développant une offre de barges habitables.

### Descriptif de l'action

L'on distingue deux formes de barge habitable : le bateau-logement et l'établissement flottant.

Le **bateau-logement** est considéré comme un navire. A ce titre, il devra être francisé après avoir été déclaré conforme aux normes européennes. Pour cela, il doit avoir été construit dans l'Union européenne ou avoir fait l'objet d'un contrôle de sécurité. Il disposera du matériel de sécurité adapté et sera équipé d'un moteur pour pouvoir être déplacé.

La notion d'**établissement flottant** recouvre toute construction flottante qui n'est pas normalement destinée à être déplacée.

Un établissement flottant est cependant considéré comme un navire sur les voies de navigation intérieures et doit disposer à ce titre d'une immatriculation et répondre aux normes de sécurité (gilets de sauvetage, bouées, etc.). Il n'est pas soumis à permis de construire, sauf sur un plan d'eau fermé, mais nécessite un Certificat d'Etablissement Flottant (CEF) délivré par la Direction Départementale des Territoires.

S'il s'agit d'un établissement flottant recevant du public, une attestation de conformité devra être délivrée par la Commission Départementale de Sécurité.

A noter que si l'implantation intervient dans un site classé, une demande de consultation auprès de l'Architecte des Bâtiments de France devra être faite afin d'avoir son avis.

### Publics visés et résultats attendus

Les barges habitables constituent une solution d'hébergement insolite pour les **touristes**, notamment dans le cadre d'événements nautiques, et pour les **plaisanciers** ne disposant pas d'une unité habitable. Elles peuvent également accueillir des événements liés au tourisme d'affaires.

L'objectif pour le gestionnaire de port est de diversifier son offre de services, d'**attirer de nouveaux visiteurs** et de **générer des recettes complémentaires**.

### Mise en œuvre

On estime le coût d'investissement pour une barge habitable à 250 k€ avec une durée d'amortissement de 15 ans. Le gestionnaire de port aura la possibilité de recourir à de nombreuses subventions, notamment auprès de l'ADEME et du FEDER, afin de financer le projet.

L'exploitation de la barge habitable pourra être confiée à un tiers.



### Exemple

---

En Guadeloupe, la société **Aqua Lodge** a développé un concept de barges habitables de 41 pieds et de 6 mètres de large (soit une surface de 81 m<sup>2</sup>) respectueuses de l'environnement et complètement autonomes grâce à la mise en place de panneaux solaires, de toilettes sèches, d'un système de traitement des eaux usées et d'un dessalinisateur.

Les barges habitables sont amarrées aux bouées des mouillages de Saint-François et des Saintes. Chaque unité est francisée et dispose d'un moteur hors-bord de 5 CV.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier sincèrement :

- Notre partenaire, la SCET, entreprise de conseil et d'appui aux territoires, spécialiste de l'économie mixte et du développement local, qui a mené, à notre demande, cette étude sur les nouvelles pratiques de la plaisance, et plus particulièrement, un grand merci à M. Thomas Parthenay, Consultant Ports, Equipements de Loisirs & de Services Urbains de la SCET, pour ses conseils et son professionnalisme.
- M. Patrick Le Gonidec, Assurances AMTM et M. Alexandre Chevalet, Agent Maritime MTAIC, qui nous ont éclairés sur les questions d'assurance liées aux nouvelles pratiques de la plaisance.
- Les Unions / Associations régionales de la FFPP qui nous ont fait part de leur expérience en territoire et des remontées de leurs ports adhérents sur ces nouvelles pratiques.

### **Contact :**

*Le secrétariat de la FFPP*

*Tél. : +33 (0)1 43 35 26 26*

*E-mail : [contact@ffpp.fr](mailto:contact@ffpp.fr)*

