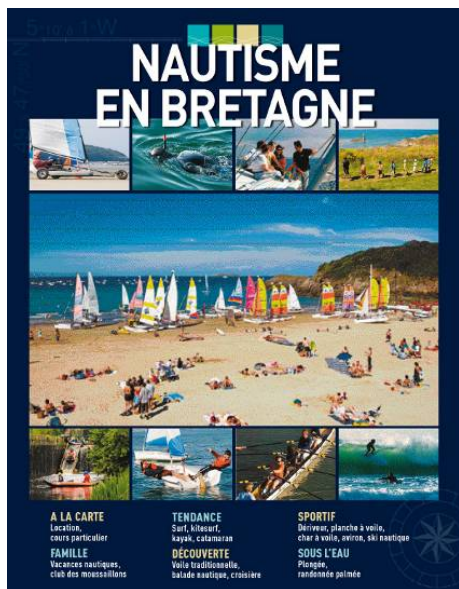


BILAN DES ACTIONS 2007



I / PROMOTION

➤ 1) Evolution du magazine « Vue du Large »



Après 7 numéros du magazine « *Vue du Large* » réalisé en partenariat avec le **Comité Régional du Tourisme de Bretagne**, nous avons engagé une réflexion afin de faire évoluer ce support de communication et mieux toucher notre cible :

- Les pratiquants à fidéliser !
- Les non pratiquants à convaincre !

Ainsi, nous avons décidé de présenter la diversité de l'offre nautique bretonne au sein d'un magazine de la presse nationale afin de s'insérer au plus près des circuits de promotion touristique et bénéficier d'une diffusion plus large.

Après avoir analysé différents supports et étudié les formes de partenariat possibles, la revue « *Bretagne Magazine* » a été retenue car elle bénéficie d'une bonne notoriété, d'une bonne diffusion et correspond tout à fait à nos attentes.

Un dossier « Nautisme » de 48 pages, inséré au sein du numéro Mars, Avril, Mai 2008 et annoncé dès la première de couverture de la revue présentera sous forme de reportages l'offre produit nautique bretonne. Un tiré à part de cet encart sera édité à 10 000 exemplaires pour nos opérations de communication (Salon Nautique de Paris, diffusion aux hébergeurs...)

➤ 2) Wassersport in der Bretagne

Pour la troisième année consécutive, nous avons reconduit avec le soutien du **Comité Régional du Tourisme de Bretagne**, notre participation au salon nautique de Düsseldorf.

En raison des fortes demandes observées depuis 3 ans sur les services des infrastructures portuaires (capacités d'accueil, tarifs, services mis à disposition), nous avons associé à cette opération l'Association des Ports de Plaisance de Bretagne.

Nous avons assuré notre promotion via la brochure « *Wassersport in der Bretagne* » qui présente les offres de prestations nautiques réalisées en allemand et adossées à de l'hébergement, les loueurs de bateaux ainsi que les offres des sociétés fluviales.

Les visiteurs en baisse et les faibles retombées observées ne nous invitent pas à poursuivre notre participation.

Nous avons donc décidé en accord avec le Comité Régional du Tourisme de Bretagne de ne pas reconduire l'opération.



➤ 3) Site internet

La nouvelle version de notre site internet est mise en ligne depuis avril 2007. La charte graphique a été entièrement revue.

Nous l'avons rendue plus **attractive**, en privilégiant les **photos**, les **flashs**, en mettant en ligne des **vidéos**, plus lisible en organisant la page d'accueil en 4 domaines :

- ❶ « **Séduction** » : présentation des activités nautiques et des réseaux
- ❷ « **Information** » : carte interactive des activités nautiques pour trouver où pratiquer une activité, l'adresse d'une structure...
- ❸ « **Réservation** » : offres de séjours multi activités pour le public jeune, fiches balade et rando nautique, offre « Pass' Sensations » Point Passion Plage
- ❹ « **Manifestation** » : liste des grands évènements et manifestations nautiques



Un menu complémentaire « **Parution** » offre à l'internaute la possibilité de commander en ligne une brochure.

Afin de mieux positionner notre site dans les moteurs de recherche, nous avons mené un large travail de référencement (échange de liens hypertextes, présence sur les portails géographiques, sur les annuaires touristiques...)

Aujourd'hui, notre site a pour vocation de générer le plus possible de contacts directs vers les prestataires. Afin d'analyser son impact, nous avons mis en place des outils statistiques permettant de mesurer le nombre de courriels envoyés aux structures nautiques à partir de notre site ainsi que le nombre de renvois directs vers les sites internet des structures nautiques.

www.nautisembretagne.fr, c'est :

- ❶ 400 visiteurs par jour, restant en moyenne 6 minutes sur notre site
- ❷ 1200 pages lues par jour en moyenne
- ❸ 12 184 renvois vers les sites internet de nos prestataires
- ❹ 57 courriels envoyés à partir de notre site à nos prestataires

➤ 4) Breizh Touch

Nous avons été sollicités par la Région Bretagne afin d'assurer la présentation et la valorisation des activités nautiques bretonnes lors de la « Breizh Touch », vaste opération de communication organisée en septembre dernier sur les quais parisiens.



Nous avons animé avec l'aide de Nautisme en Ile et Vilaine un espace mis en valeur par la présence de supports nautiques confiés par des fabricants et revendeurs bretons.

L'exposition de ces supports, représentatifs de la production bretonne nous a permis d'informer et de renseigner les clientèles sur l'évolution des matériels, des pratiques plus simples d'accès...

Nous avons également profité de la présence d'Anne Quéméré, qui a traversé 3 fois l'Atlantique et qui traversera en 2008 le Pacifique, pour animer des conférences et ainsi attirer le public.

Le bilan de cette opération de communication a été très positif :

- Une fréquentation importante estimée à plus de 150 000 personnes
- Un public captivé, passionné et demandeur d'informations très précises sur nos activités, son évolution, le matériel, les possibilités d'hébergements....

➤ 5) Journée de lancement des « Balade et Rando Nautique Bretagne® »

Afin de promouvoir la saison 2007 des balades et randos nautiques, nous avons convié les médias et les acteurs du tourisme à une journée promotionnelle en Baie de Morlaix.

Le Comité Régional du Tourisme de Bretagne a apporté son soutien à cette opération.

Cette journée s'est déroulée sur l'Île Louët, en Baie de Morlaix, avec l'appui du Centre Nautique de Carantec.

Afin d'illustrer le concept, nous avons offert à nos participants la possibilité d'embarquer sur un voilier traditionnel. En présence d'accompagnateurs nautiques, nos invités ont ainsi pu profiter de l'occasion pour goûter à l'une des nombreuses balades nautiques proposées.

Cette opération a eu un impact positif car nous avons bénéficié par la suite de plusieurs articles.



➤ 6) Lorient Plongée



L'assemblée générale de la Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous Marins s'est tenue à Lorient les 30, 31 Mars et 1^{er} Avril 2007. Le comité régional a profité de cette opération pour créer un évènement grand public dédié à la **promotion des activités subaquatiques et des métiers de la plongée**.

Au programme : conférences, exposants, atelier découverte sur la faune et la flore, baptêmes de plongée, animations sur l'environnement ...

Nous avons été sollicités par le Comité afin d'assurer lors de cet évènement la promotion de l'ensemble des activités nautiques bretonnes.

Le bilan de l'opération a été plutôt positif :

- 200 baptêmes organisés
- 3000 visiteurs
- 500 congressistes

II / COMMERCIALISATION

➤ 1) Rappel

Depuis 8 ans, nous commercialisons par l'intermédiaire de la centrale de réservation du Comité Régional du Tourisme de Bretagne des séjours nautiques avec hébergement pour les groupes constitués.

Historique des chiffres d'affaires réalisés :

2000 : 45 723,00 €	2004 : 377 349,62 €
2001 : 97 463,00 €	2005 : 313 819,22 €
2002 : 228 088,00 €	2006 : 289 895,15 €
2003 : 333 936,47 €	2007 : 201 426,95 €

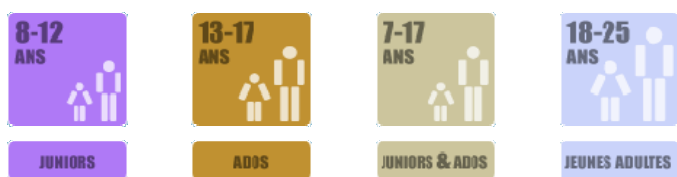
Cependant, la montée en puissance d'internet, générant des contacts directs vers les prestataires et la professionnalisation de nos structures, dotées, pour certaines, de cellule commerciale ne nous permettent plus de maintenir un système traditionnel de commercialisation.

Nous avons donc réorienté nos actions commerciales vers la cible individuelle en proposant des **produits d'appel grand public** et avons revu nos actions de communication afin de générer plus de contacts directs dans les structures nautiques bretonnes.

Nous continuons, cependant, à assurer le suivi des dossiers d'appel d'offres que nous avons remportés.

➤ 2) Evolution de la commercialisation vers la cible individuelle

a) Les séjours multiactivités



Afin de promouvoir le tourisme des jeunes, nous développons en lien avec nos prestataires nautiques des séjours multiactivités (catamaran, kite surf, surf...) adossés à de l'hébergement pour le public 7-17 ans.

Ces séjours sont mis en ligne sur les différents sites internet (www.nautisembretagne.fr; www.formulesbretagne.com; www.tourisembretagne.com) et sont commercialisés par Formules Bretagne.

Au bilan de cette action, seulement 2 séjours ont été concrétisés.

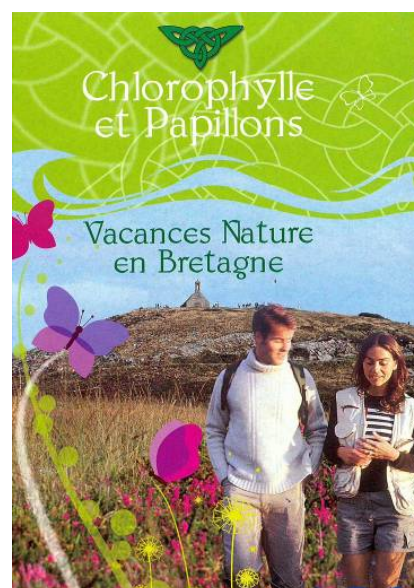
b) Chlorophylle et Papillons

Différentes études menées par l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne ont permis de souligner l'importance de la nature, du patrimoine, de la découverte de la Bretagne dans les choix de consommation touristique.

Pour répondre aux attentes de ces clientèles, le Comité Régional du Tourisme de Bretagne a souhaité développer des produits de courts séjours autour des thèmes de la balade, de la randonnée. La marque régionale « Chlorophylle et Papillons » a ainsi été créée.

Nous avons souhaité, en partenariat avec le CRT, étendre ce concept aux prestations nautiques en organisant l'offre des balades et randos nautiques sous forme de package.

Nous avons donc rencontré les hébergeurs et les prestataires pour leur présenter le concept et tenter de mettre en place ce type de produits.



Cependant, cela n'a pas pu aboutir pour les raisons suivantes :

- Difficulté de trouver des dates communes aux hébergeurs et aux prestataires
- Les hébergeurs ne souhaitent pas se voir imposer d'allottements
- Les hébergeurs souhaitent également que Formules Bretagne passe un contrat avec chaque prestataire afin de ne pas avoir à subir la gestion du dispositif.

Ces éléments rendent donc difficile le montage de packages et tendraient à proposer des produits figés. Il semblerait aujourd'hui plus simple de proposer les balades et randos nautiques en suggestion d'activités afin d'offrir aux clientèles touristiques des séjours « à la carte ».

c) *Le Pass' Sensations Point Passion Plage*

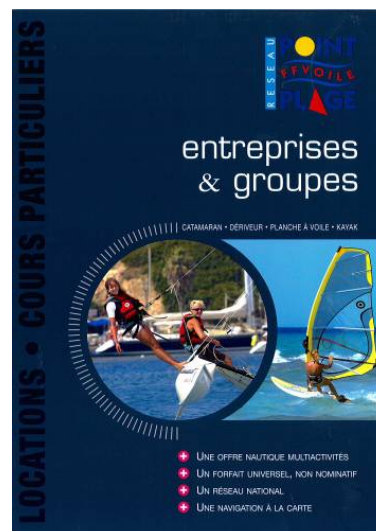
Depuis 2 ans, nous avons en charge la commercialisation des **Pass' Sensations** du réseau Point Passion Plage à destination des comités d'entreprises et des individuels.

Afin de promouvoir ce produit auprès des **comités d'entreprises**, nous avons procédé au printemps 2007 à un **mailing ciblé** envoyé à près de **500 entreprises de la région rennaise et nantaise**. Cette action a été suivie d'une relance téléphonique et a permis de constituer un portefeuille de clients intéressés.

Le chiffre d'affaire réalisé sur cette action est en progression.

CA 2006 : 311 €

CA 2007 : 4 740 €



Afin de promouvoir ce produit auprès des clientèles individuelles, nous avons poursuivi notre partenariat avec le **Comité Départemental du Tourisme du Morbihan**. L'objectif de ce partenariat est d'offrir aux clientèles touristiques un **produit packagé** comprenant une nuit d'hôtel et un Pass' sensations. Ce produit est commercialisé par l'agence « **Morbihan Résa** »

Les résultats sont là aussi en constante progression et nous incitent à poursuivre cette action.

CA 2006 : 134 €

CA 2007 : 938 €



Il est à noter que de plus en plus d'organismes nous sollicitent afin d'offrir dans leurs séjours des activités à la carte de type « **Pass' Sensations** ». Des partenariats sont actuellement à l'étude.

➤ **3) Evolution des actions de communication**

Nous souhaitons générer plus de contacts directs dans les structures nautiques bretonnes.

Pour cela, nous avons mis en place sur notre site internet un onglet « **demande personnalisée** » qui invite les internautes à remplir un questionnaire très détaillé (activité souhaitée, période, nombre de personnes...) et qui nous permet de bien cibler les demandes. Nous envoyons ensuite ce questionnaire aux prestataires nautiques concernés par la demande et évaluons la pertinence et l'impact de cette action grâce à un système de suivi et de relance.

Cette méthode permet de redistribuer de manière directe et sans commissionnement les contacts que nous avons obtenus par différents biais (site internet, téléphone, insertion publicitaire...). 38 demandes ont été enregistrées et 4 concrétisées par un séjour.

➤ 4) Les plateformes de réservation en ligne (Open System)

Nous souhaitons également inciter nos prestataires nautiques à inscrire leurs activités et produits sur les **plateformes de réservation en ligne** (système de mise en relation directe des prestataires et des clients via internet). Ce système permettrait de positionner les activités nautiques en première ligne des sites internet en offrant aux prestataires un **référencement départemental et régional**.

Une première expérience a été menée sur le département du Finistère avec 49 produits mis en ligne, 59 réservations effectuées pour un chiffre d'affaires de 12 291 €. Les résultats encourageants des réservations faites à partir des marques blanches (insertion de la mention « réservation en ligne » sur le site du prestataire renvoyant à la plateforme de réservation) nous amèneront à développer ce système auprès de l'ensemble des prestataires nautiques bretons.

III / OBSERVATOIRE

➤ 1) Chiffres clés

Afin de mesurer le poids économique et social de notre filière, nous réévaluons tous les deux ans **nos chiffres clés**.

Nous assurons le recueil et l'homogénéisation des travaux d'inventaire réalisés par les structures départementales (nombre de structures, de pratiquants, de séances, chiffres d'affaires et emplois) et synthétisons ces données à l'échelon régional.

Cet observatoire permet de mesurer l'impact des actions menées par nos réseaux, de mesurer notre performance durant le cœur de saison et de corriger, le cas échéant, nos actions afin de satisfaire les souhaits des clientèles touristiques.

En complément de cet observatoire, nous menons une enquête auprès des salariés du nautisme (permanent et saisonnier) afin d'identifier les évolutions liées à l'emploi.

Cette enquête porte sur les perspectives de progression, les projets de formation ...

Elle permet de mieux connaître le profil des professionnels, d'affiner les contenus et de mesurer les besoins quantitatifs en matière de formation.

Toute l'étude disponible sur notre site internet en janvier 2008.

➤ 2) Démarches Qualité

Notre organisation s'appuie sur des **réseaux structurés**, gérés par les ligues et comités régionaux. Ces réseaux sont organisés autour d'une **logique de label** (Ecole Française de Voile, Point Passion Plage, Point Kayak Mer, Canoë Nature...).

Afin de maintenir des prestations de qualité, nous organisons des études visant à identifier les points faibles et forts de nos structures pour engager par la suite des actions correctrices.

Trois axes de travail cette année :

a) L'accueil

Rappel 2005 : Etude sur la performance de l'accueil téléphonique des structures nautiques bretonnes.

Rappel 2006 : Etude sur la qualité des sites internet des structures nautiques bretonnes.

Cette année, nous avons choisi de centrer notre étude sur ***l'accueil et la démarche commerciale des structures nautiques bretonnes***.

Nous avons visité durant le cœur de saison de manière anonyme et « naturelle » une vingtaine de structures nautiques afin d'y tester et observer la qualité de l'accueil et l'offre proposée aux clientèles touristiques.

Un référentiel, issu du plan qualité tourisme, a été réalisé afin de servir de support d'évaluation à ces visites. Il est basé sur les points incontournables à valoriser pour satisfaire les clientèles touristiques à savoir :

- ④ L'information et la communication : signalisation, enseigne...
- ④ L'accueil personnalisé : amabilité, courtoisie, chaleur et sourire, disponibilité, attention...
- ④ Les compétences du personnel : prise en compte rapide du client, conseil, recherche d'informations adaptées...
- ④ Le confort des lieux : entretien et propreté, espace accueillant...
- ④ La propreté et l'entretien des lieux : hygiène, état des différents équipements, sanitaires, vestiaires...

Une synthèse est en cours de réalisation, chaque structure pourra disposer du compte rendu de sa visite afin d'analyser ses forces et faiblesses et engager des actions correctrices.

b) Les prestations

Pour la deuxième année consécutive, nous avons réalisé pour le compte des réseaux « Point Passion Plage » et « Point Kayak Mer, Point Canoë Nature » une enquête baptisée : ***« Opération Client Mystère »***. L'objectif de cette enquête est d'évaluer la qualité des prestations proposées par les réseaux et d'identifier, grâce aux questionnaires remplis par les auditeurs, les points forts et faibles de nos structures.

Pour nous aider à constituer un groupe d'auditeurs, nous avons sollicité nos partenaires de l'information touristique : offices de tourisme et pays touristiques

Cette année, 27 centres ont été visités par 60 clients qui ont testé 73 prestations différentes, grâce à 11 offices de tourisme et 3 pays touristiques engagés dans la démarche.

c) La « Mise sur le marché »

- ④ En 2006, nous avons procédé à une étude visant à évaluer la ***performance des sites internet*** des structures nautiques bretonnes. 57 sites avaient fait l'objet d'un audit. Cette étude a été présentée lors de notre colloque annuel « les Journées du Développement » en février 2007. L'impact de l'étude a été immédiat car nous avons, suite à cette présentation, été sollicités par une quinzaine de structures nautiques afin d'apporter un avis technique et constructif sur l'organisation de leur site internet.
- ④ Chaque année, nous appelons les prescripteurs de l'information touristique des territoires concernés afin de vérifier leur connaissance de l'offre nautique. Nous avons, cette année, concentré notre étude sur l'offre ***« Balade et Rando Nautique Bretagne »***.

Les résultats ont été transmis aux structures concernées afin de les inciter à communiquer davantage auprès des partenaires touristiques.

IV/MODERNISATION DE LA FILIERE NAUTIQUE

La Mission de Modernisation est mise en œuvre depuis 2003. Elle propose aux structures nautiques volontaires un ensemble d'actions, appelées « **actions de progrès** », afin de gagner en efficacité dans les domaines de la gestion des achats, des ressources humaines ou du développement de la fréquentation estivale.

Outre ces actions de progrès, la Mission de Modernisation propose également depuis 2006 des **actions individualisées** permettant d'apporter une réponse adaptée à une demande ou à un problème spécifique (fusion de structures, étude de marché et adaptation de l'offre produit...)

En 2007, 19 structures ont souhaité s'engager dans la mission, cela porte à 66 le nombre total de structures engagées depuis 2003.

Cette année, nous avons constaté que de plus en plus de structures souhaitaient être accompagnées dans une démarche spécifique afin de faire face aux nouveaux enjeux de développement du Nautisme (7 en 2007 contre 1 en 2006).

Nous avons donc décidé de faire évoluer cette mission et l'avons baptisée :

« **Démarche Performance** ».

V/SOUTIEN AU DEVELOPPEMENT DES RESEAUX

Afin d'aider et de soutenir les initiatives prises en vue d'améliorer la qualité des prestations, nous avons reconduit pour la troisième année consécutive notre bourse d'aide aux réseaux.

Après instruction, 4 dossiers ont bénéficié de cette aide :

- **Nautisme en Ille et Vilaine** : Réalisation d'un diagnostic sur l'état des cours d'eau définissant les priorités d'aménagement afin d'assurer un développement de l'activité canoë kayak en toute sécurité.
- **Point Passion Plage** : Mise en place, pour les responsables saisonniers, d'un manuel interactif donnant accès à de nombreuses informations (commerciales, juridiques...) afin d'assurer un fonctionnement optimum de la structure.
- **Point Kayak Mer, Canoë Nature** : Création d'outils de communication (panneau d'affichage, affiche, autocollant...) afin de pallier aux faiblesses identifiées en terme de signalétique et d'assurer une bonne promotion du réseau.
- **Plongée Bretagne** : Réalisation d'un inventaire sur la biodiversité sous marine afin de constituer une base de données visant à promouvoir la randonnée subaquatique.

Au cours de ces trois années, nos réseaux de prestataires ont été peu nombreux à profiter de ce dispositif pour cofinancer un projet. En trois ans, nous n'avons reçu que 12 dossiers.

Nous avons également constaté un certain manque d'originalité et d'innovation dans la présentation des projets (redondance des actions...)

L'objectif de cette opération était de favoriser le développement des bonnes pratiques et d'encourager, grâce à des résultats probants, nos réseaux à reproduire ces conduites. Mais, les retours n'ont pas été suffisants pour nous permettre d'évaluer l'impact qualitatif des actions menées.

VI/ACCOMPAGNEMENT ET COORDINATION DU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE

➤ 1) Interreg III B – 2005/2007

Cette opportunité offerte par les fonds européens nous a permis d'intégrer un projet de développement du tourisme nautique à l'échelle des pays suivants : Portugal, Espagne, Angleterre, Irlande et France. Cette relation a été très constructive et a permis le financement d'actions spécifiques (balade nautique). Nous avons décidé de formuler une demande afin de participer à la campagne Interreg IV b qui se déroulera de 2008 à 2012.

➤ 2) Les Journées du Développement (4^{ème} édition)

Chaque année, nous organisons un colloque rassemblant plus de **100 professionnels** du secteur nautique.

Cette année, les débats ont porté sur :

- ④ La mise en place de la nouvelle convention collective nationale du sport et le dialogue social
- ④ L'amélioration de la performance des centres nautiques à travers des exemples de structures investies dans la mission de modernisation de la filière nautique

Nous avons également voulu sensibiliser nos structures aux enjeux environnementaux à travers l'intervention d'un professionnel, spécialisé dans le domaine ainsi que des scientifiques de l'Ifremer.

La richesse des interventions et la qualité des débats ont, encore une fois, permis de faire de ces journées un moment important pour l'évolution de notre filière.

Pour mémoire, les thèmes des précédentes éditions :

- ④ 1^{ère} édition : La parole aux réseaux, étude sur notre adéquation entre offre produit et attentes des clients...
- ④ 2^{ème} édition : L'évolution sociologique de nos clients...
- ④ 3^{ème} édition : Démarches qualité et lancement de nouvelles gammes de produits...

➤ 3) Le Dialogue Social

Depuis 2002, nous apportons un soutien technique et administratif aux représentants des employeurs afin de renforcer le dialogue social dans notre branche professionnelle.

Même si de nombreuses avancées ont été réalisées (accord régional sur les salaires, aide au positionnement des salariés dans la convention collective nationale du sport...), il est à noter que la montée en puissance espérée des organisations syndicales patronale et salariale n'est pas au rendez vous et pose à nouveau le problème principal de notre branche qui, de part sa structure moyenne, n'arrive pas à assurer un positionnement suffisamment fort dans notre organisation des salariés et des employeurs bénévoles.

➤ 4) La Rénovation des infrastructures nautiques

Il nous appartient d'apporter un avis technique à la région Bretagne sur les dossiers de demande de subvention en vue de rénover ou de réhabiliter les infrastructures. Nous sommes ainsi fréquemment amenés à intervenir en amont afin d'aider à la définition et à l'élaboration des dossiers.

5 dossiers ont été traités en 2007 :

- ④ Centre Nautique du Moulin Blanc – Brest
- ④ Centre Nautique Audierne – Cap Sizun
- ④ Centre Nautique de Kerguelen
- ④ Centre Nautique de Pléneuf Val André
- ④ Centre Nautique Municipal de Douarnenez Tréboul
- ④ Construction d'un hébergement sur Etel

De plus, nous avons mené un inventaire complet des projets de rénovation ou de réhabilitation des structures nautiques afin que la Région Bretagne puisse définir ses orientations budgétaires.

45 projets ont été identifiés pour un montant total de travaux de 22 815 776 €.

➤ 5) Le Salon des « Mille Sabords »

En partenariat avec la centrale d'achat des centres nautiques « **Sextant Centrale** », nous avons reconduit notre participation au salon des « **Mille Sabords** ».

Nous avons réservé un espace de 250 m² afin d'offrir au grand public la possibilité d'acquérir à des prix très attractifs le matériel des centres nautiques.

Au programme : dériveur, catamaran, kayak, planche à voile mais aussi combinaison, matériel de plongée, remorque...

Cette opération a pour ambition d'aider nos centres nautiques à renouveler plus rapidement leur matériel nautique et d'améliorer ainsi leur trésorerie hivernale.

Sur le plan quantitatif, le bilan de ce salon est très positif. La fréquentation totale a été estimée à plus de **70 000 visiteurs** avec des clientèles originaires du Maine et Loire, de la Loire Atlantique mais également de la région parisienne, en mal de grand large.

Cette manifestation est également l'occasion pour notre association de

rencontrer nos partenaires, en particulier les prestataires non associatifs et d'engranger des contacts très intéressants.



Nous pouvons, cependant, regretter la faible mobilisation des structures (7 structures présentes), prises à cette période de l'année par d'autres engagements (vacances scolaires de la Toussaint, organisation de compétitions sportives...)

Il est également à noter que cette opération impose un investissement et une certaine logistique de la part des structures (acheminement du matériel).

➤ 6) Les « Balade et Rando Nautique Bretagne® »



Depuis deux ans, nous développons de nouvelles prestations autour des thèmes de la nature et du patrimoine : **Les « Balade et Rando Nautique® »**

Après une phase d'expérimentation réussie, de plus en plus de prestataires, séduits par le concept se lancent dans la démarche.

Ainsi, **29 nouveaux produits** ont cette année été labellisés ce qui a permis de proposer aux clientèles touristiques **plus de 60 produits sur l'ensemble du territoire breton**.

Certaines prestations ont malheureusement souffert des conditions météorologiques et enregistré de nombreuses annulations.

Il est également à noter que plusieurs structures ont mis en place tardivement leurs produits et n'ont, de ce fait, pas eu le temps d'assurer une bonne communication auprès des acteurs de l'information touristique pour permettre une promotion de leurs prestations.

Les chiffres clés 2007 :

- ① Une **fréquentation en hausse de 113 %** par rapport à 2006
- ① Un développement de l'activité sur le hors saison (environ 900 personnes accueillies)

Au total, **4 500 nouveaux clients** ont cette année rejoint nos centres nautiques.



➤ 7) Pour une nouvelle étape dans le développement du tourisme nautique en Bretagne

12 ans après la création de Nautisme en Bretagne, les progrès enregistrés sont particulièrement marquants. Cependant, afin de se projeter dans l'avenir et impulser une nouvelle dynamique, il nous paraît opportun de remettre en cause le schéma établi.

Aussi, nous avons commencé à mener une étude sur l'évolution du contexte et du terrain en réalisant un état des lieux, une analyse des besoins prioritaires et une critique sur l'organisation et l'efficacité de notre structuration.

Cette action s'inscrira sur environ 3 ans.

➤ 8) Contrat d'objectif Emploi Formation « Filière Nautique »

Nous avons profité de la fin des anciens contrats d'objectif pour proposer à la région, en compagnie de nos partenaires du commerce, de l'industrie, des services (représenté par la FINGO) et de la plaisance (représenté par l'APPB) qu'un contrat d'objectif, en matière d'adéquation entre les politiques de formation et les réalités du marché de l'emploi, soit signé.

Le travail en cours a déterminé, pour ce qui concerne notre secteur (sports et activités nautiques), quelques axes :

- ④ Offrir aux professionnels de notre secteur, des perspectives d'évolution de carrière au sein de la filière nautique.
- ④ Parfaire l'adéquation entre emploi et formation en se dotant d'éléments d'analyses prospectifs attachés aux contrats d'objectifs (pyramide des âges, qualifications...)