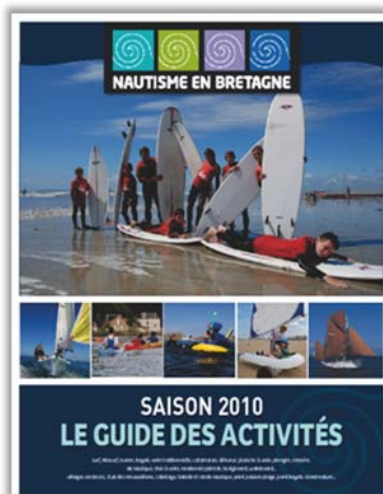


# BILAN DES ACTIONS 2009





# PROMOTION



**50 000 exemplaires**  
encarté dans le Bretagne Magazine  
du printemps 2010

### Un rédactionnel présentant les activités nautiques

L'offre est répartie dans 4 thématiques correspondant aux attentes principales de nos clients :

- ✓ Exploration
- ✓ Performance
- ✓ Sensation
- ✓ Liberté

### Une carte, positionnant les prestataires

Une carte de la Bretagne positionnant les structures nautiques bretonnes et au verso, un poster.

*Diffusion : dans les kiosques, les offices de touristes, les hôtels, les gîtes, les campings, les prestataires, le Comité Régional du Tourisme, les Comités Départementaux du Tourisme, les salons « tourisme » ,...*

**120 000** renvois vers les sites Internet des prestataires (x3 par rapport à 2008)

- **815 000** pages vues (x2\*)  
soit **2 225** pages vues / jour
- **85 000** visiteurs (x2\*)  
soit **233** visiteurs / jour
- **22 500** renvois vers nos partenaires institutionnels et membres (+35%\*)

\* Par rapport à 2008





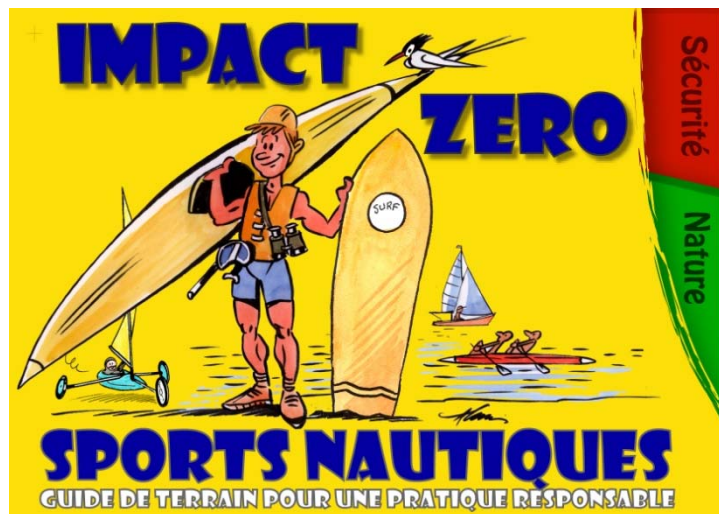
## 22e édition du « Défi des Ports de Pêche » à l'Ile de Groix du 2 au 7 juin

Sur l'eau, 32 équipages composés de plaisanciers et de marins-pêcheurs se sont affrontés durant les cinq jours de compétition.

Sur les quais, dégustations, concerts et débats.

Nautisme en Bretagne était présent sur le village avec la région Bretagne et a assuré l'animation d'un bassin pour les enfants des écoles du pays de Lorient leur permettant de confectionner des maquettes de bateau et de les faire naviguer.





Outil de terrain pour une pratique responsable des sports et activités nautiques abordant les deux thématiques suivantes :

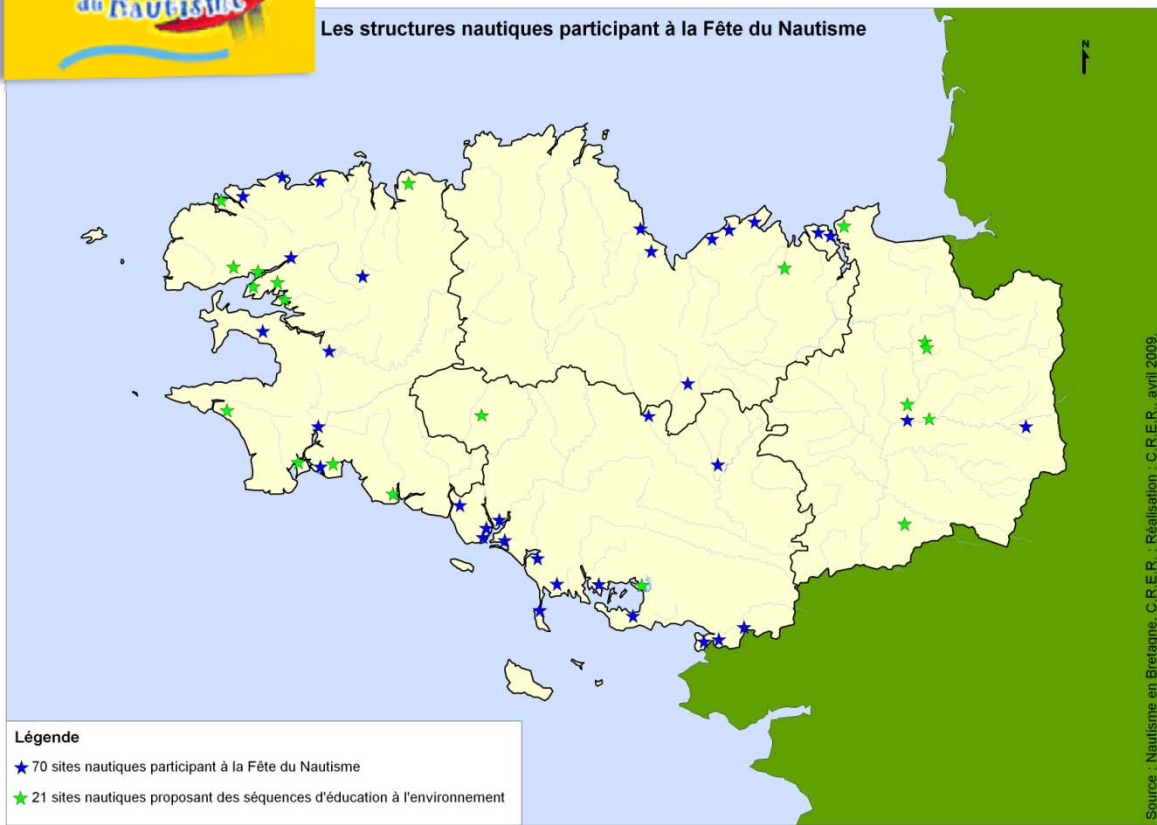
- **la sécurité** : choix du matériel, conditions de navigation, ...
- **l'environnement** : les gestes simples pour préserver l'environnement : le piétinement, les prélèvements, la pêche ...



16 et 17 mai

**70 sites bretons**

Les structures nautiques participant à la Fête du Nautisme



Séquences d'éducation à l'environnement en partenariat avec le **CRER, CROS** et le **REEB**.

**23 sites** proposant des séquences d'éducation à l'environnement.

Sensibilisation de **500 personnes** malgré une météo « rugueuse »

## Cap Econav (1)



*Bateau « Fleur de Lampaul »*

**8 escales, 8 ports bretons**

Du 26 juin au 17 août 2009

**Sensibilisation des pratiquants du nautisme et de la plaisance au respect du littoral : animations et conférences.**

**120 structures nautiques invitées**

**De Navigatio**  
Une relation durable entre l'homme et la mer





### La présence de Nautisme en Bretagne :

Un technicien « formateur environnement » animant débats et conférences :

- ✓ la fresque « Mer d'Iroise de 0 à 20 mètres »
- ✓ le guide « Impact zéro – sports nautiques : guide de terrain pour une pratique responsable ».

### Le bilan de l'opération :

**8 000 personnes sur l'ensemble de l'opération**

**640 personnes ont assisté aux animations** proposées par Nautisme en Bretagne

**2 000 plaquettes « Impact zéro »** ont été distribuées et commentées



### Un événement : Le départ de TARA de Lorient

Expédition d'un an autour du monde en faveur de l'environnement (études scientifiques, sensibilisation du grand public et diffusion des données à des fins éducatives).

**Présence de Nautisme en Bretagne sur le village.**



*Stand Nautisme en Bretagne et econav*





**24 spots publicitaires de 20 secondes**  
17-18-19 juillet et 7-8-9 août  
**50 bandes annonces du jeu antenne**  
15-16-17 juillet et 3-4-5 août



✓ **+100% de visite** sur le site Internet [www.nautismebretagne.fr](http://www.nautismebretagne.fr) les jours de diffusion.

✓ **1 500 personnes** ont pris leur téléphone (appels ou SMS) pour participer aux jeux antennes.



NAUTISME EN BRETAGNE.mp3



- NAUTISME EN BRETAGNE jeu.mp3



En partenariat avec la **Fédération Française et la Ligue Bretagne de Char à Voile** ainsi que le constructeur **Seagull** nous avons édité un DVD « Charravel » visant à promouvoir l'activité char à voile et à renforcer l'image de « la Bretagne destination jeune ».

Cette vidéo est diffusée sur [www.nautismebretagne.fr](http://www.nautismebretagne.fr) et lors de nos opérations de communication (salon nautique...). Nous l'avons également édité à 1 000 exemplaires pour une large diffusion.

### ▪ La Brittany Ferries

Diffusion à bord de tous les bateaux



### ▪ Les restaurants La Criée

Spécialités de la mer

Diffusion dans les 38 sites à travers toute la France



#### Liste des vidéos :

- présentation du Nautisme en Bretagne,
- balade gourmande en baie de cancale,
- balade au fil de l'Odet en kayak ,
- le surf en Bretagne (Barravel),
- randonnée palmée,
- le char à voile en Bretagne.

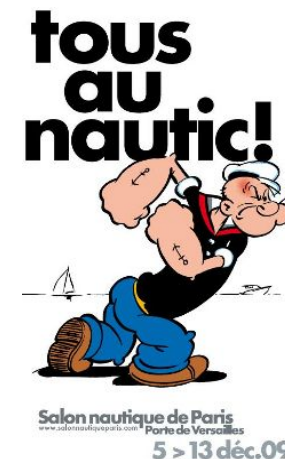


**235 000** visiteurs (-6%\*)

**2 200** contacts directs de « demande touristique » en Bretagne



\* Par rapport à 2008



Un stand région Bretagne au « format allégé et cohérent » : une banque d'accueil Bretagne et des espaces de rendez vous départementaux.

Promotion régionale :

**1 600** cartes des activités nautiques  
**1 000** exemplaires du rédactionnel  
 présentant les activités nautiques



# DEMARCHES QUALITE



55 prestataires Balade et Rando Nautique en Bretagne  
91%, soit 50 prestataires, possèdent un site internet

## Etude des sites Internet des prestataires

Enquête menée en juillet 2009, auprès de **55 prestataires** « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.

*Objectif : évaluer la qualité de la promotion du produit et identifier les axes de progrès.*

SYNTHESE
<p><b>2/3</b> soit 31 prestataires communiquent leur adresse internet sur leur plaquette de communication</p>
<p><b>3/4</b> soit 36 prestataires font référence au produit Balade et Rando Nautique</p>
<p><b>1/3</b> soit 17 prestataires font référence à la marque Balade et Rando Nautique</p>
<p><b>1/3</b> soit 16 prestataires intègrent leur plaquette de communication sur leur site internet</p>
<p><b>1/4</b> soit 13 prestataires intègrent le calendrier à jour des sorties nautiques sur leur site internet</p>



Le prestataire a-t-il un site internet ?

Oui : 91%  
Non : 9%

L'adresse du site internet est-elle présente sur la plaquette de communication spécifique Balade et Rando Nautique du prestataire ?

(parmi ceux ayant un site internet)

Oui : 62%  
Non : 38%

Le site internet fait-il référence au produit Balade et Rando Nautique ?

Oui : 72%  
Non : 28%

Si oui, est-ce en page d'accueil ?

Oui : 38%  
Non : 62%

Le site internet fait-il référence à la marque Balade et Rando Nautique ?

Oui : 34%  
Non : 66%

La plaquette de communication est-elle sur le site internet ?

Oui : 32%  
Non : 68%

Si oui, est-ce celle de l'année en cours ?

Oui : 73%  
Non : 27%

Le calendrier 2009 des Balades et Randos Nautiques est-il disponible ?

Oui : 26%  
Non : 74%

### Méthodologie :

Enquête menée les semaines 29 et 30, en juillet 2009, auprès des 55 prestataires « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.



115 consommateurs audités durant l'été 2009



SYNTHESE	Profil des clients
<b>Le client est</b> une femme de 40 à 49 ans venu en famille originnaire de la région Parisienne	<p>Homme : 43% Femme : 57%</p> <p>Moins de 20 ans : 24% Entre 20 et 29 ans : 9% Entre 30 et 39 ans : 14%</p> <p>Entre 40 et 49 ans : 39% Entre 50 et 59 ans : 10% Plus de 60 ans : 4%</p> <p>En famille : 41% Seul : 19%</p> <p>En couple : 17% Entre amis : 14% En groupe : 9%</p> <p>Originnaire de la Région Parisienne : 27% Originnaire de la Bretagne : 25% Originnaire du Grand Ouest (hors BZH) : 4% Etranger : 8%</p> <p>Originnaire du Centre : 12% Originnaire du Nord : 8% Originnaire du Sud : 10% Originnaire de l'Est : 6%</p>
Le client a découvert l'activité par l'Office de tourisme 31%	<p><b>Prescripteur</b> Découverte de l'activité ?</p> <p>Par l'office de tourisme (ou syndicat d'initiative) : 31% Par le bouche à oreille : 18% Par les flyers : 17% En passant au centre nautique : 16% Par la presse : 12% Par Internet : 10% Pour un cadeau : 3%</p>
Sa motivation est de découvrir le littoral par la mer 64%	<p>La motivation à faire cette activité ?</p> <p>La découverte du littoral par la mer : 64% La découverte de la nature : 45% La sensation sur un support nautique : 51% Apprendre les techniques d'un support nautique : 21% La découverte du patrimoine : 16% Autres : 6% (originalité de l'activité, amusement, bon moment,...)</p>
Le client réserve dans la semaine 87% dont 25% la veille	<p><b>Réservation</b> Les clients réservent à l'avance ?</p> <p>Oui : 99% Non : 1%</p> <p>Si oui, de quelle manière :</p> <p>Auprès de la structure nautique 69%, de l'office de tourisme : 31% Sur place 48%, par téléphone 46%, sur Internet 5% Dans la semaine 87% dont 25% la veille</p>
La Balade et Rando donne envie au client de pratiquer une activité nautique régulièrement 61%	

## Audit clientèle

Enquête menée en juillet et août 2009, auprès de **115 clients** ayant consommés un produit « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.

*Objectif : mieux connaître nos clients et leurs attentes pour adapter notre offre.*





Enquête téléphonique auprès de 33 offices de tourisme sur le produit « Balade et Rando Nautique »

Etude sur les offices de tourisme afin de mesurer leur connaissance de l'offre

Enquête téléphonique menée en juillet 2009, auprès de **33 offices de tourisme** dans le secteur géographique des prestataires « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.

*Objectif : Optimiser les réseaux de promotion ainsi que les éducteur locaux.*

SYNTHESE
<p><b>94%</b> des offices de tourisme présentent l'activité Balade et Rando Nautique ou renvoie vers la structure nautique</p>
<p><b>24%</b> des offices de tourisme offrent la possibilité de réserver une Balade et Rando Nautique</p>
<p><b>L'OT communique :</b> Toutes les Informations* <b>15%</b></p> <p>Quelques informations et renvoi vers une structure <b>24%</b></p> <p>Quelques informations (ne renvoi pas vers une structure) <b>9%</b></p> <p>Renvoi directement vers une structure <b>48%</b></p> <p>Aucune information <b>4%</b></p>

<p>L'office de tourisme présente l'activité Balade et Rando Nautique ? Oui : 48% Non : 52%</p>
<p>Si oui, combien de Balade et Rando Nautique est proposée ? 1 balade et rando nautique 69% 2 balades et randos nautiques 19% 3 balades et randos nautiques 13%</p>
<p>Si oui, l'office de tourisme est capable de renseigner sur ? L'objet de la balade : 88% nautisme, 31% nature, 19% patrimoine Les dates de sorties : 69% Les horaires de sorties : 69% Le tarif : 63% L'encadrement professionnel : 56% Le public accepté : 50%</p>
<p>Parmi les offices de tourisme qui ne présentent pas d'activité Balade et Rando Nautique, combien renvoie directement vers une structure nautique ? Renvoie : 94% Ne renvoie pas : 6%</p>
<p>Si l'office de tourisme renvoie vers une autre structure, communique-t-il les coordonnées ? Oui : 100% Non : 0%</p>
<p>L'office de tourisme offre la possibilité de réserver une Balade et Rando Nautique ? Oui : 24% Non : 76%</p>
<p>L'office de tourisme offre la possibilité d'acheter une Balade et Rando Nautique ? Oui : 18% Non : 82%</p>
<p>*Informations sur les balades, réservation et achat à l'office de tourisme.</p>



**Méthodologie :**  
Enquête téléphonique menée en juillet 2009, les semaines 30 et 31, auprès de 33 offices de tourisme dans le secteur géographique des prestataires « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.

Etude Office de Tourisme Balade et Rando Nautique - 2009  
Nautisme en Bretagne - 1 rue Kerbriant - 29200 BREST - 02 98 02 80 44 - www.nautisembretagne.fr - contact@nautisembretagne.fr





55 prestataires Balade et Rando Nautique en Bretagne  
1/4 des prestataires audités en 2009



SYNTHESE
<p><b>64%</b> des clients déclarent que l'encadrant est bien celui présenté sur la plaquette de communication</p>
<p><b>100%</b> des clients déclarent avoir eu un équipement de sécurité et de confort (brassière, ciré, combi...)</p>
<p><b>100%</b> des clients déclarent que le matériel est en parfait état de fonctionnement et propre</p>
<p><b>100%</b> des clients déclarent que l'activité se déroule dans le respect de la faune et de la flore</p>

**Accueil téléphonique de la structure**  
(Scénario : demande d'une sortie nautique encadrée...)  
La structure est facilement joignable par téléphone : 100%  
La structure propose la prestation Balade et Rando Nautique : 93%  
L'interlocuteur est en mesure de renseigner le client : 93%  

- ✓ les dates et les horaires 80%
- ✓ le contenu et l'encadrement 71%
- ✓ l'équipement à prévoir 64%
- ✓ le prix et le public visé 57%

 Possibilité de réservation de la prestation : 93%

**Promotion de la Balade et Rando Nautique par la structure**  
Les informations présentes sur la plaquette sont à jour : 71%  
La plaquette de communication est visible dans la structure : 71%

**Équipement mis à disposition des clients**  
L'équipement vestimentaire est fourni : 100%  
Il est adapté au gabarit du client : 100%  
Il est satisfaisant (propre et en bon état) : 100%

**Supports nautiques (kayaks, voiliers, PMT...)**  
Le support nautique est dans un état satisfaisant (propre et en bon état) : 100%  
Il est adapté à la pratique des clients : 86%

**L'encadrement**  
L'encadrant se présente lors du premier contact : 71%  
L'encadrant est bien celui présenté sur la plaquette de communication : 64%  
Il interroge sur le niveau de pratique : 57%  
L'encadrant est rassurant pour les pratiquants novices : 93%  

- ✓ sur le milieu maritime 71%
- ✓ sur l'environnement naturel 64%
- ✓ sur la vie locale 57%
- ✓ sur le patrimoine local 50%

 L'encadrant semble ?

- ✓ très compétent 29%
- ✓ compétent 64%
- ✓ peu compétent 7%

Les clients se sentent en sécurité sur l'eau : 100%  
Pour quelles raisons ? « Condition météo, support sécurisant (bon état, stable,...), encadrant compétent, calme, rassurant par son discours et son attitude... »  
L'encadrant ne parle pas d'autres balades du réseau ? 86%

## Opération client mystère

Enquête menée en juillet et août 2009 auprès de **13 prestataires**, soit 1/4 des prestataires « Balade et Rando Nautique » en Bretagne.

*Objectif : évaluer la qualité des prestations proposées, identifier les points forts et axes de progrès des produits.*



33 prestataires en Bretagne

32 prestataires, soit 97%, ont une adresse électronique

SYNTHESE
<p><b>3/4</b> soit 26 prestataires répondent à une demande commerciale par mél</p>
<p><b>2/3</b> soit 17 prestataires ayant répondu au mél le font le jour même</p>
<p><b>1/3</b> soit 10 prestataires ayant répondu au mél le font de façon très complète</p>
<p>+</p> <p>Un lien vers un site internet La durée de la prestation Le lieu de la prestation Les tarifs</p>
<p>-</p> <p>Le niveau de pratique nécessaire L'équipement à prévoir Le type de public accepté Des photos du bateau</p>

Un mél commun à l'ensemble des prestataires a été transmis le 24 juillet :

*« Bonjour,  
Nous avons trouvé votre mail sur le site internet de Nautisme en Bretagne.  
D'après ce site vous proposez une activité "voile traditionnelle".  
Mon mari, mon fils de 8 ans et moi-même souhaitons découvrir cette navigation.  
Pouvez-vous transmettre par mail l'ensemble des caractéristiques de ce que vous proposez ?  
Cordialement. »*

Suite à cette demande d'information a-t-on obtenu une réponse ?

3% des prestataires ne possèdent pas de mél  
79% des prestataires ont répondu au mél  
18% des prestataires n'ont pas répondu au mél

Quel était le délai de réponse (parmi ceux ayant répondu) ?

Le jour même : 65%  
Entre 2 et 3 jours : 15%  
Entre 4 et 7 jours : 12%  
Plus d'une semaine : 4%  
Plus d'un mois : 4%

La réponse est-elle satisfaisante (parmi ceux ayant répondu) ?

Tout à fait satisfaisante : 42%  
Manque des informations : 33%  
Pas du tout satisfaisante : 21%

Quelles sont les informations obtenues (parmi ceux ayant répondu) ?

Un lien vers un site internet décrivant la prestation	86%
La durée de la prestation	76%
Le lieu de la prestation	71%
Les tarifs	71%
Informations sur le bateau	67%
Un contact téléphonique	67%
Les horaires de sorties	62%
Les dates de sorties	57%
L'encadrement	57%
La procédure de réservation	43%
Des photos du(des) bateau(x)	43%
Le type de public accepté	43%
L'équipement à prévoir	38%
Le niveau de pratique nécessaire	33%

Méthodologie :

Enquête menée en été 2009 auprès des 33 prestataires « bateau du patrimoine » en Bretagne recevant du public.

Etude mailing Bateau du Patrimoine - 2009

Nautisme en Bretagne - 1 rue Kerbriant - 29200 BREST - 02 98 02 80 44 - www.nautisembretagne.fr - contact@nautisembretagne.fr

## Bateau du patrimoine : Etude mailing

Enquête menée en été 2009 auprès des **33 prestataires** « bateau du patrimoine » en Bretagne recevant du public.

Objectif : évaluer la qualité de la commercialisation du produit et identifier les axes de progrès.

# DEMARCHE PERFORMANCE

Cette démarche lancée en 2002 vise à **améliorer la performance des centres nautiques** en les accompagnant individuellement dans les actions de progrès proposées :

- gestion des ressources humaines,
- mieux acheter et mieux vendre les matériels et équipements
- Accroître la fréquentation sur la saison touristique.

En 2009, **13 nouvelles structures** se sont engagées et ont été « pilotées » réalisant de belles progressions.

Cela porte à **87 le nombre total** de prestataires ayant bénéficié de la mission de modernisation depuis l'origine



Nous cherchons les réponses adaptées à la demande des publics qui déclarent **« vouloir faire un tour sur l'eau »**.

Il nous semble que l'offre proposée par les voiliers du patrimoine pourraient en partie répondre à cette demande.

C'est pourquoi, en collaboration avec le service Patrimoine de la Région Bretagne il a été décidé d'engager **plusieurs missions d'expertises et d'audits et proposer ainsi un plan de modernisation de l'offre et de structuration des prestataires.**





# ACCOMPAGNEMENT ET COORDINATION

Plus de **100** professionnels et dirigeants prestataires du tourisme nautique réunis chaque année.

**6** éditions de 2004 à 2009

---

**16** journées de regroupement et **712** participants

**9** études présentées

**3** conférences « d'experts »

**18** témoignages de bonnes pratiques et d'expérimentation

**12** séquences d'informations techniques, juridiques, pédagogiques, ...

**8** séquences de travail de « production thématique » en groupe



Nous animons des groupes de travail très impliqués dans **l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de notre plan d'actions.**

Ainsi près de **50 professionnels** sont régulièrement mobilisés et contribuent au maintien de liens étroits entre notre structure et les besoins du terrain.



**Le Mille Sabords, le plus grand salon européen exclusivement dédié à la plaisance d'occasion.**

**62 000 visiteurs** au Port du Crouesty \*

du jeudi 29 octobre au dimanche 1er novembre

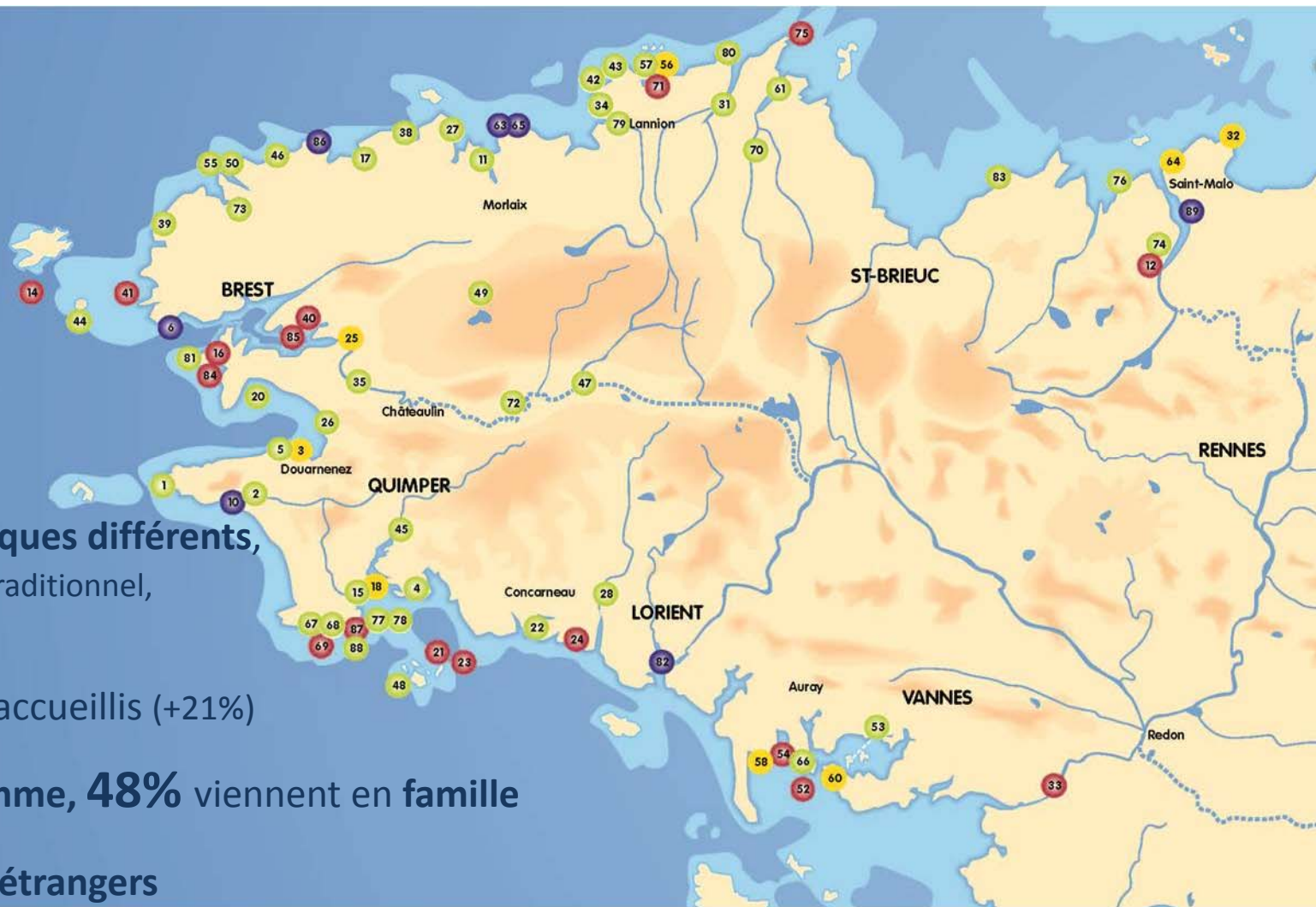
\* Soit 2 000 personnes de plus qu'en 2008



Nautisme en Bretagne et Sextant Centrale offrent au grand public la possibilité d'acquérir à des prix très attractifs le matériel des centres nautiques : 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 à améliorer leur trésorerie hivernale.





En 2009,

**90 produits nautiques différents,**  
 en voiliers moderne, traditionnel,  
 plongée et kayak

**7 500 clients** accueillis (+21%)

**57% de femme, 48% viennent en famille**

**13% d'étrangers**

***Parc Marin d'Iroise – Schéma d'Aménagement et de Gestion de l'Eau (SAGE) – Commission Locale de l'Eau (CLE) – Projet de Parc Naturel Régional du Golfe du Morbihan – Identification et projet de gestion des futurs espaces « Natura 2000 ».....***

Dans toutes ces structures, il nous appartient d'assurer la représentation des sports et activités nautiques afin d'enrichir les travaux qui conduiront aux conditions de maintien ou de développement de nos activités sur les sites concernés. Nous pouvons répondre à ces sollicitations, de plus en plus importantes, en nous appuyant sur les structures départementales de développement du nautisme.

### ✓ **Stratégie marketing du Comité Régional du Tourisme :**

Le projet piloté par le CRT nécessite une remise à plat de nos approches en vue de fidéliser ou de capter de nouvelles clientèles. Aussi nous contribuons au plus près à ce chantier d'avenir qui place le nautisme auprès des acteurs majeurs de l'économie touristique régionale.

### ✓ **Collectif des acteurs régionaux « Mer et Littoral » :**

Un groupe qui rassemble tous les acteurs engagés dans des démarches de sensibilisation et d'actions éducatives en lien avec la mer et le littoral.

Deux ambitions : coordination et cohérence des actions menées.

### ✓ **Le CRER (Centre Régional d'Expertise et de Ressources des sports de nature) :**

Charte des manifestations sportives de nature en Bretagne : l'exemple et l'expérience des sports nautiques.

Démarche qualité des manifestations sports nature en Bretagne.

### ✓ **Le contrat d'objectif filière nautique « Emploi formation » :**

Un outil fédérateur et commun aux trois secteurs constitutifs de la filière nautique Bretonne.

Deux objectifs prioritaires : Maintenir et renforcer l'adéquation entre l'offre de formation et les besoins des employeurs et construire une identité commune « filière économique régionale »

### ✓ **Contribution au Grenelle de la Mer : « Partager la passion de la mer » :**

Le nautisme Breton porteur de valeurs et d'une identité forte peut, à travers son maillage régional, renforcer ses actions éducatives et préparer les générations futures à un comportement exemplaire !

### ✓ **Portrait identitaire de la Bretagne :**

Une ambition portée par le Conseil Régional de Bretagne : offrir à tous des outils nous permettant de différencier nos offres, à travers des symboles, phrases et mots clés et ainsi renforcer nos différences : « la Bretagne, la région qui donne de la force et vous transforme » semble être le fil conducteur des travaux en cours.



## ✓ **Projet ARIST - IDILL :**

Sollicité par l'Agence économique de Bretagne et coordonné par l'ARIST (Bureau d'étude de la CRCCI) nous travaillons à imaginer les supports de tourisme nautique de demain qui seraient fabriqués en Bretagne.

Suite à la première phase d'études nous mènerons en 2010 et 2011, avec le soutien de 20 prestataires, les phases expérimentales d'exploitation.



- Négociations du taux de cotisation « accident du travail » avec la CRAM : **obtention d'un taux à 2,5%** (au lieu de 7,4%).
- Négociation avec la direction des affaires maritimes pour une **réglementation adaptée au développement des balades nautiques en navires collectifs** suite à plusieurs contentieux.
- Négociations et suivi de l'évolution de la **Convention Collective Nationale du Sport** et représentation des employeurs au sein du CosMos.
- **Représentation et valorisation de la dynamique Bretonne** à plusieurs congrès, conférences, salons,...

23 partenaires, répartis sur 5 pays Européens

4 721 137 € de budget global (Dont 65 % d'aides Européennes)

*La Région Bretagne est le « chef de file ».  
Nautisme en Bretagne est coordinateur technique.*

Les actions NEA II menées par Nautisme en Bretagne :

### **Thématique Nautisme et Economie :**

Action 3.1 : Développer la recherche et l'innovation dans la filière nautique

Action 3.2 : Observatoire

Action 3.3 : Développer les produits nautiques de l'hinterland

Action 3.4 : Développer l'économie des bateaux du patrimoine

### **Thématique Nautisme et Environnement :**

Action 4.1 : Améliorer les qualités environnementales des structures nautiques

Action 4.5 : Communication et événements à thématique environnement

# BILAN DES ACTIONS 2009

