



# BILAN PLAN D'ACTION 2005





# PRÉAMBULE

Cette année, notre secteur a connu une hausse globale de son activité et donc de sa fréquentation.

A la suite des travaux que nous avons mené avec l'Observatoire Régional du Tourisme, un certain nombre de freins à l'accès des activités nautiques avait été identifiés. Nous avons très rapidement engagé plusieurs actions correctrices.

A ce sujet la principale action menée cette année a été la création de la prestation :


**« Balade nautique Bretagne »**





# CHIFFRES CLÉS 2005

## SECTEUR DES ACTIVITÉS NAUTIQUES

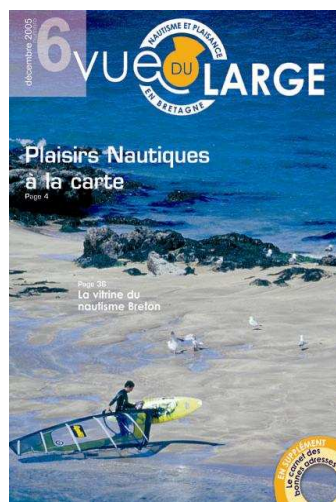
- 672 structures (dont 450 employeurs)
  - 417 684 pratiquants (dont 91 076 licenciés)
  - 2 115 389 séances encadrées
  - 77 493 278 € de chiffres d'affaires
  - 3 464 contrats de travail (dont 1 170 à plein temps)  
**soit 1 738 E.T.P.**
- 

## I/ PROMOTION





## VUE DU LARGE

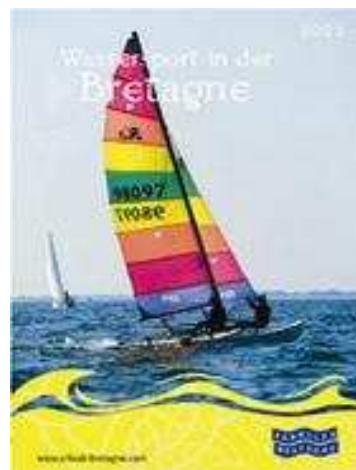


Nous avons édité le 6<sup>ème</sup> numéro de notre magazine « Vue du Large – Nautisme et plaisance en Bretagne ».

Nous avons orienté son contenu vers l'image grâce à une réduction de 30% de l'écrit, de plus un dossier de 15 pages met en valeur et présente la prestation « Balade Nautique Bretagne ».



# WASSERPORT IN DER BRETAGNE



Nous avons, en janvier, assuré la promotion des activités nautiques et des prestataires du « fluvial » lors du salon nautique de Düsseldorf. Cette première expérience, réalisée en collaboration avec le Comité Régional du Tourisme fut riche d'enseignement, à la mesure de cet immense « salon nautique ».

En 2006, nous renouvellerons notre participation avec une offre produit très différente : présentation des escales portuaires, de prestations nautiques entièrement réalisées en Allemand, du réseau des Points Passion Plage et des sociétés de location du fluvial.

# SITE INTERNET



Depuis la mise en ligne en novembre 2004 de la version française de notre site et en raison d'une fréquentation plutôt bonne pour une première année ( **43 358** visiteurs pour **184 281** pages visitées), nous avons décidé d'y apporter quelques modifications qui présentent l'offre produit dès la page d'accueil.

De plus nous avons mis en ligne la version Anglaise.

Il est à noter que notre « carte interactive des activités » a été retenue par la région afin d'animer les bornes publiques qui sont disposées à l'accueil du stand « Région Bretagne » du salon nautique.

## ILE DE FRANCE



Suite à une opportunité proposée par le Comité Régional du Tourisme, nous sommes allés sur les bords de Marne (Champigny) assurer une animation nautique (baptême, démonstration...) et la promotion de nos activités auprès des clientèles parisiennes. Nous avons trouvé cette opération très efficace en raison de sa situation (au cœur d'une population touristique potentielle) et de sa période (juin).

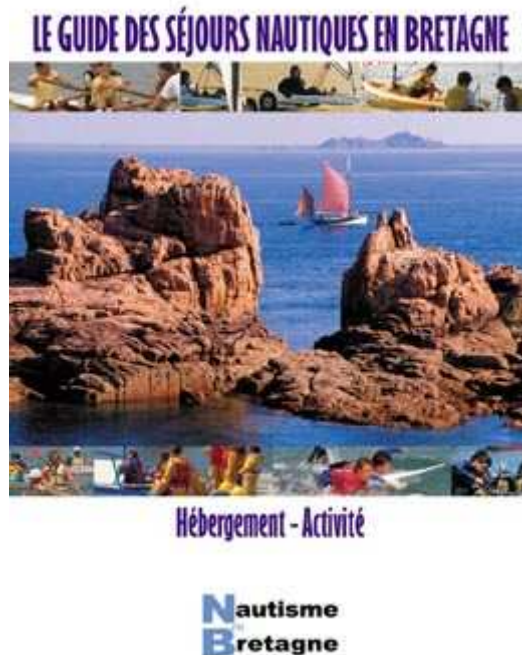


## II/ COMMERCIALISATION





## ACTION COMMERCIALE



Nous avons réalisé en 2004 le « guide des séjours nautiques » qui recense **63** offres de prestations nautiques adossées à un hébergement (à terre ou sur l'eau) proposées par **47** prestataires nautiques différents.

Nous avons cette année acheté des fichiers prospects (comités d'entreprises, écoles, collectivités...)


En 2005, nous avons réalisé un envoi de 3300 exemplaires à destination des écoles et collectivités situées en Bretagne. Nous avons, en effet, décidé, en raison de l'accroissement du coût des transports, de nous centrer sur les clientèles régionales durant une année. L'opération de relance téléphonique est en cours. Nous en réaliserons le bilan ensuite.





# FORMULE NAUTIQUE BRETAGNE

Nous commercialisons par l'intermédiaire de la centrale de réservation du Comité Régional du Tourisme, des séjours nautiques avec hébergement depuis 6 ans. Après 5 années de hausse consécutive, nous accusons une baisse de notre chiffre d'affaire de 17 %. Parmi les raisons évoquées nous retenons :

- Des baisses d'effectif tardives chez des clients importants (grandes collectivités...)
  - Parfois une inadaptation de l'offre (hébergement en nombre insuffisant pour les demandes de séjour surf en particulier)
  - La perte des clientèles « fidèles » : en effet, dans le cas des séjours classe de mer, à partir de la 3<sup>ème</sup> année chez le même prestataire, le client traite en direct et n'apparaît donc plus dans notre chiffre d'affaires.
  - Les tarifs des centres de classe de mer sont parmi les plus élevés du marché (entre 45 et 50 € par jour) et nous sommes parfois en concurrence avec des prestataires situés en Bretagne qui proposent des tarifs bien inférieurs (26 € par jour !).
  - Nos opérations de relance téléphonique (« phoning ») n'ont pas été réalisées avec la rigueur nécessaire.
- 



## Historique Chiffre d'affaire :

- 2000 : 45 723,00 €
- 2001 : 97 463,00 €
- 2002 : 228 088,00 €
- 2003 : 333 936,47 €
- 2004 : 377 349,62 €
- 2005 : 313 819,22 €

*Il est à noter que **90 %** de ces sommes sont reversées aux centre nautiques prestataires, **8 %** conservées par Nautisme En Bretagne pour ses actions commerciales et **2 %** versées à Formule Bretagne pour le traitement administratif des dossiers.*



### III/ OBSERVATOIRE








## QUALITÉ

Durant la saison 2005, nous avons réalisé l'évaluation de la performance de l'accueil téléphonique dans une quarantaine de structures. A l'aide de scénarios préparés, nous avons téléphoné et enregistré les conversations.

Une synthèse a été réalisée et sera présentée lors des 3èmes journées du développement que nous organisons en février. Cette opération vise à sensibiliser nos structures, souvent centrées sur « l'activité », à l'importance du « premier contact = première impression ».



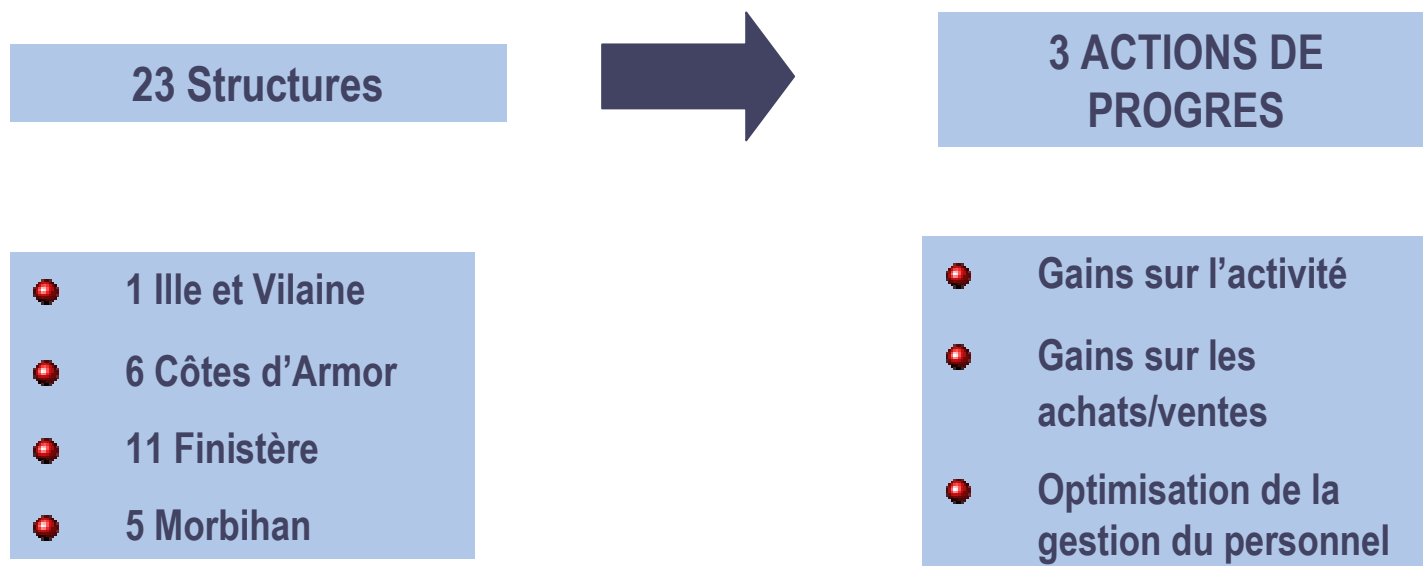
## IV/ MODERNISATION DE LA FILIERE NAUTIQUE







2005 est la troisième année de mise en œuvre de cette opération déclinée de l'étude réalisée en 2001-2002 sur les dysfonctionnements structurels de notre filière.



Il s'agissait pour ces 23 structures d'appliquer des procédures formelles et « non négociables » soutenues par un pilote dédié.





Également cette année

3 Stages « FORMATION ACTION »

Des propositions d'actions correctrices individualisées.

- Action commerciale et marketing (21 stagiaires)
- Management des ressources humaines (7 stagiaires)
- Gestion économique et financière (8 stagiaires)

Apporter des réponses à des problèmes spécifiques rencontrés par une structure (définition de son « offre produit », négociation commerciale avec un prestataire local....).

*Il est à noter que désormais près de 55 structures différentes ont bénéficié de cette opération, à cela s'ajoute une trentaine de structures qui ont appliqué seules les préconisations des « carnets de route » (l'effet « infusion » de l'opération !)*



## VI/ SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX






**Notre organisation s'appuie sur 17 réseaux structurés et gérés par les ligues et comités régionaux. Nous avons décidé cette année d'attribuer une bourse afin de soutenir des initiatives prises en vue d'améliorer leurs offres produits (Aspects qualitatifs et quantitatifs).**

Après l'instruction de 5 dossiers de candidature, nous avons retenu 4 projets :



- Plongée Bretagne : définition d'une charte commune en vue de labelliser les prestataires
  - Point Passion Plage : opération « client mystère » en vue d'évaluer la qualité des centres labellisés (35 prestations testées sur 16 sites)
  - École de surf de Bretagne : amélioration de la signalétique à des fins sécuritaires (lycra pour tous les élèves et balisage des zones d'évolution)
  - Points Kayak Mer : rénovation de l'offre produit du réseau (regroupement des prestataires et interventions d'experts)
- 

## **VII/ ACCOMPAGNEMENT ET COORDINATION DU DÉVELOPPEMENT DE LA FILIERE**





## LES JOURNÉES DU DÉVELOPPEMENT

Ce regroupement de plus de 100 professionnels durant 3 jours pour la seconde année consécutive est particulièrement efficace, les échanges et débats engagés, sont très riches. La présentation d'études ou d'initiatives menées par des réseaux permettent d'engager des actions correctrices et d'orienter notre plan d'action.



# LA COMMISSION TECHNIQUE

Nous réunissons 3 fois par an, les 30 référents techniques des différents réseaux ainsi que les représentants de plusieurs institutions en lien avec nos activités (Jeunesse et Sport, École Nationale de Voile, Cadres d'état...).

Cette commission permet le partage d'information et d'expérience, de plus il lui appartient d'orienter les propositions d'actions présentées au conseil d'administration ainsi que d'instruire les dossiers de demande de certification «Balade Nautique Bretagne ».



# 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 et de réhabiliter les infrastructures. Nous sommes ainsi fréquemment amenés à intervenir en amont afin d'aider à la définition et à l'élaboration du dossier.

## Nos interventions en 2005 :

- Saint-Briac sur Mer (35)
- Le Bono (56)
- Malestroit (56)
- CN Audierne Cap Sizun (29)
- Loperhet (29)
- Beg Porz à Moelan Sur Mer (29)
- Créach Gwen à Quimper (29)
- Brignogan Plage (29)
- Labousig Mor à Plounéour Trez (29)
- Léo Lagrange à Camaret (29)





# DIALOGUE SOCIAL



Engagé dans le cadre des actions de projet liées à la mission de modernisation de la filière, cette action a consisté à structurer et à animer un regroupement représentatif des employeurs de notre secteur afin d'organiser le dialogue social avec les salariés membres de syndicats représentatifs.

Le groupement d'employeurs vient de décider de se constituer en syndicat, cela permettra la signature d'avenants facilitant l'application de la convention collective qui s'imposera à notre secteur en 2006.

# BALADE NAUTIQUE

Après la vaste étude sur notre filière menée au début des années 90, le concept de « Point Passion Port » avait vu le jour. Par manque de moyen, cette prestation ne s'était pas beaucoup développée.

Profitant cette année d'une enveloppe budgétaire spécifique obtenue dans le cadre européen (INTERREG III B), nous avons relancé avec nos partenaires départementaux la réflexion.

Cela a aboutit à l'expérimentation durant la saison estivale de 5 prestations conçues afin de diminuer les contraintes d'accès et au contenu orienté vers la découverte d'un site. Il est à noter que la mise sur le marché s'est faite par l'intermédiaire des offices de tourisme invités à tester la formule.

Devant le succès de l'expérimentation, il a été décidé d'élargir la démarche en 2006. On peut d'ores et déjà tabler sur une vingtaine de prestataires supplémentaires.

