



**Depuis 140 ans, le Groupe Beneteau transforme le visage du nautisme.**

**En cette année anniversaire, le Groupe s'adapte, accélère et innove pour concrétiser les rêves de navigation de chacun, avec des solutions de haute qualité, durables et accessibles.**

*Depuis 140 ans, c'est en écoutant ses clients que le Groupe Beneteau innove et prend des virages stratégiques audacieux. Cette année encore, avec 14 nouveautés, le Groupe Beneteau poursuit sa dynamique de conquête dans un marché incertain. Ce 47<sup>ème</sup> Cannes Yachting Festival est l'occasion, pour l'unique acteur multispecialiste du marché, de faire le point sur son actualité et de partager sa vision.*

Gianguido GIROTTI, Directeur Général de la division Bateau, résume la position du Groupe : « Nous plaçons l'expérience utilisateur au centre de notre stratégie, convaincus que c'est en améliorant l'expérience à bord que nous répondrons aux attentes de nos clients. Nous développons de nouveaux produits et services pour offrir une navigation de plaisance durable et accessible à toutes les générations et à tous les usages. »



## **SUR UN MARCHÉ INCERTAIN, LE GROUPE BENETEAU PRÉPARE DEMAIN AVEC CONFIANCE ET CONVICTION**

### **1 – Rester conquérant sur un marché au ralenti.**

Après une année 2023 historique en termes de chiffre d'affaires, portée par une période post-covid exceptionnelle et par un plan de transformation sur 4 ans, le Groupe Beneteau doit faire preuve d'agilité pour répondre aux enjeux de son secteur qu'ils soient économiques, démographiques, industriels ou écologiques. Des vents contraires autour desquels il n'est pas toujours simple de naviguer, mais qui ont bâti l'histoire et la réputation du fleuron industriel français.

Le Groupe Beneteau s'appuie sur deux indicateurs pour envisager l'avenir avec sérénité, malgré les difficultés actuelles :

- L'état des stocks : la situation des stocks chez les concessionnaires s'améliore peu à peu. Le secteur devrait retrouver une nouvelle dynamique après les périodes d'élections américaines notamment, pendant lesquelles on observe communément un certain attentisme des clients.
- Le dynamique des salons : le salon cannois ouvre le bal, suivi par Southampton, Gênes, La Rochelle ou encore Düsseldorf qui vont se succéder. Le Groupe a fait le choix de poursuivre ses investissements, en particulier sur ses sites de production, et de renforcer encore sa politique d'innovation.

C'est ainsi que le Groupe Beneteau prépare la reprise, prêt à réagir dès les premiers signes de redémarrage de l'activité.

## 2 – Se positionner sur les pratiques nautiques de demain.

Dans un écosystème en pleine transformation, le Groupe Beneteau embrasse les tendances de fond de son secteur.

- Le Groupe s'attend désormais à une baisse des taux d'intérêt, tout en étant conscient que l'inflation post-Covid est la nouvelle donne à prendre en compte. Ses positions sur 3 segments de produits et sa capacité à élargir son offre pour répondre au plus grand nombre sont des atouts majeurs.
- La révolution numérique et la montée en puissance de l'Intelligence Artificielle vont révolutionner les usages. Avec son application « Seanapps » et ses 10 000 bateaux connectés, le Groupe Beneteau tient une carte majeure pour appréhender les besoins et expériences à bord.
- Le défi écologique est également au cœur de la stratégie du Groupe. Il s'est engagé à réduire l'intensité de ses émissions de CO<sub>2</sub> de 30 % d'ici 2030 et présente une feuille de route RSE pragmatique au service de l'expérience client.
- Enfin, le Groupe anticipe des évolutions démographiques majeures (vieillissement de la population, aspirations des nouvelles générations et disparités de revenus). Il propose d'ores et déjà des solutions nouvelles, tant par ses produits que par ses services.



Bruno Thivoyon, Directeur Général du Groupe Beneteau, rappelle les conditions d'une relance réussie : « *S'adapter face à l'incertitude du marché pour en sortir encore plus fort. Accélérer notre feuille de route de développement, de manière très pragmatique et centrée sur l'amélioration de l'expérience client. Et innover, pour sans cesse proposer de nouvelles solutions de navigation. Je suis convaincu que nous sommes sur la bonne voie dans ces 3 directions.* »

## INNOVATION ET AGILITÉ : LE GROUPE ADAPTE SON ORGANISATION PAR SEGMENTS DE MARCHÉ POUR ÊTRE AU PLUS PRÈS DE SES CLIENTS

Plus que jamais, l'agilité et la proximité clients sont de mise. Le Groupe a repensé son organisation autour de ses 3 segments de marché : le Dayboating, le Real Estate on the Water et la Voile.

### 1 – Le Dayboating : Conforter l'assise de ses marques en Europe et développer ses marques américaines dans le monde entier.

Le Groupe Beneteau est présent sur ce segment avec 5 marques - **BENETEAU, JEANNEAU, WELLCRAFT, FOUR WINNS, SCARAB** - et pas moins de 78 modèles de bateaux allant de 6 à 14 mètres. Sur un marché fortement impacté par l'inflation, notamment aux États-Unis, le Groupe poursuit ses lancements et compte bien consolider ses positions en Europe et poursuivre son expansion aux Etats-Unis.

Avec **JEANNEAU** et son nouveau modèle **Merry Fisher 895 Sport Série 2**, place à l'expérience nautique et sportive : confort intérieur et priorité à l'extérieur grâce à un large cockpit et des espaces modulaires pour accueillir les équipements nautiques.

Pour la marque **FOUR WINNS**, lancement du **TH36 avec foils**, alliance parfaite entre durabilité et confort de navigation. L'architecture et les foils intégrés améliorent la glisse sur l'eau et réduisent la traînée de 25 %.



## 2 - Le Real Estate on the Water : Poursuivre la stratégie de montée en gamme tout en élargissant l'offre.

Le Groupe propose sur ce segment 23 modèles de bateaux de 10 à 24 mètres avec ses marques **BENETEAU**, **JEANNEAU**, **PRESTIGE** et **DELPHIA**. Les objectifs sur ce segment sont de renforcer la stratégie de valeur et d'élargir l'offre.

L'expérience client est centrale sur le nouveau **BENETEAU Swift Trawler 54**: le cockpit et les espaces in/outdoor offrent une vue à 360° sur la mer. La navigation devient stable et silencieuse grâce à des ailettes de stabiliseurs électriques. Ses 18 panneaux solaires et ses batteries au lithium permettent 8 heures d'autonomie à bord.



Du côté de la marque **PRESTIGE**, l'espace et le confort à bord sont la ligne directrice des nouveaux modèles de la marque « Art de vivre ». En première mondiale à Cannes, le Groupe dévoile la sortie prochaine de la **M7** et de son nouveau modèle Flybridge **Prestige F5.7**.

## 3 – La Voile : Leader mondial du segment, le Groupe élargit son offre pour la rendre accessible au plus grand nombre.

Avec ses 4 marques, **BENETEAU**, **JEANNEAU**, **LAGOON** et **EXCESS**, le Groupe Beneteau comptabilise 38 modèles de bateaux, de 4 à 24 mètres, disponibles dans le monde entier.

Depuis 140 ans, le Groupe Beneteau définit les standards de la voile avec ses monocoques et catamarans. Aujourd'hui encore, le Groupe veut continuer de faire rêver en proposant une offre élargie.

Cette ambition se traduit dès cette année par la présentation de 6 nouveaux bateaux.

La marque **BENETEAU** signe le grand retour du **First 30**, entièrement revisité et désormais équipé de la connectivité Seanapps.

Le Groupe mise aussi sur son prix accessible, à partir de 100 K€, pour toucher là encore un large public, qui ne transige pas entre sécurité, design et confort.



Chez **EXCESS**, la Groupe annonce la sortie du nouvel **Excess 13** pour 2025, pour lequel le design a été entièrement revu par le cabinet Marc Lombard : Un bateau plus léger et robuste, confortable sans renier sur les sensations de navigation, ADN incontournable de la marque.



Du côté du leader mondial des catamarans **LAGOON**, pas moins de 4 nouveaux modèles sont présentés à Cannes, les **Lagoon 38, 43, 60 et Eighty 2** : Ils traduisent la volonté de la marque d'élargir son offre pour répondre aux différentes attentes de ses clients.

## RSE : LE GROUPE BENETEAU ÉTOFFE SA FEUILLE DE ROUTE AVEC DEUX INNOVATIONS PHARES AU CŒUR DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Le Groupe s'est donné pour objectif de réduire de 30 % l'intensité de ses émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030. En plus des trois axes principaux de son action —à savoir l'architecture navale, les propulsions alternatives et l'utilisation de nouveaux matériaux comme la résine recyclable Elijum©, désormais intégrée à l'**Océanis Yacht 60**—le Groupe annonce deux nouvelles initiatives alliant durabilité et expérience utilisateur.

### 1-The Island Cruising Boat : Espace, Silence et Energie redéfinis.

« *The Island Cruising boat* est un concept boat issu d'une analyse approfondie des données de 1000 bateaux connectés à Seanapps, couvrant les pratiques de 180 000 utilisateurs rappelle Damien Jacob, Directeur du Développement Produit du Groupe Beneteau. Cette étude révèle que les principales attentes des navigateurs sont une expérience de plein air enrichissante, la simplification des compétences requises et une sensibilité accrue au développement durable. »



Le **Island Cruising boat** répond à ces besoins en offrant un confort exceptionnel, similaire à celui d'un poolhouse, avec une conception axée sur l'espace et le silence. Il intègre une technologie de propulsion hybride et une coque de nouvelle génération. Les bruits et vibrations sont minimisés et la gestion de l'énergie est entièrement autonome, ce qui permet une consommation de carburant en baisse de 50%.

## 2 – Lancement du « Lagoon 620 NEO » : Une seconde vie pour des catamarans rénovés avec une garantie constructeur.

Le Groupe Beneteau, avec sa marque **LAGOON**, franchit une nouvelle étape dans sa démarche RSE avec le « **Lagoon 620 NEO** ». Cette initiative consiste à rénover des catamarans existants et les proposer avec une garantie constructeur. Le niveau d'exigence qualité est donc le même que pour les bateaux neufs. **Lagoon NEO** contribue ainsi à la gestion des bateaux en fin de vie et aux attentes en matière d'économie circulaire. Elle accompagne également les clients dans un scénario post-inflation.

## DIGITAL ET ÉCONOMIE DE PARTAGE : LE GROUPE BENETEAU EST BIEN POSITIONNÉ

Les changements technologiques et démographiques transforment considérablement les pratiques en matière de navigation. Le Groupe Beneteau a anticipé cette évolution il y a plusieurs années avec des initiatives clés. Le projet **Seanapps**, lancé il y a trois ans, équipe aujourd'hui 10 000 bateaux, représentant ainsi la plus grande flotte connectée au monde. Plus qu'une base de données, c'est le premier pas vers une approche plus intelligente de la navigation.

Parallèlement, le Groupe intègre pleinement la nouvelle donne de l'économie de partage avec **Wiziboat**. Opérationnelle dans plus de 30 bases de navigation en Europe, Wiziboat complète ainsi le réseau de location de bateaux du Groupe déjà présent aux Etats-Unis avec **Your Boat Club**. Enfin, la décision récente de Le Boat, leader européen des croisières fluviales, de renouveler sa flotte avec la marque **DELPHIA** en Europe et de l'étendre aux États-Unis, renforce également l'expertise du Groupe dans la location de bateaux.

## CONCLUSION

Bruno Thivoyon, Directeur Général du Groupe Beneteau, conclut : « *Depuis 140 ans, le Groupe Beneteau ne cesse de s'adapter à l'évolution des marchés. C'est quand celui-ci ralentit qu'il faut lancer les bons nouveaux modèles et prendre des initiatives sur les tendances de demain. L'innovation est clé pour rebondir et être encore plus solide demain. Nos équipes montrent à nouveau leur capacité à être, à la fois agiles et transformantes, pour poursuivre notre mission : proposer au plus grand nombre la solution de navigation de leur rêve.* »

## REPLAY DE LA CONFERENCE DE PRESSE



### Les RDV des marques du Groupe Beneteau au Cannes Yachting Festival 2024

#### Mardi 10 septembre

**LAGOON** - conférence de presse – 17h - Port canto – VIP pontoon stand (sail 117)

#### Mercredi 11 septembre

- **JEANNEAU** - conférence de presse – 9h - Port Canto - stands power 135 & power 041
- **WELLCRAFT** - conférence de presse – 11h - Port Canto - stand power 133
- **BENETEAU** - conférence de presse Swift Trawler 54 - 12h30 - Vieux port - stand pan 222
- **EXCESS** - conférence de presse – 18h - Port Canto - stand sail 153

#### Jeudi 12 septembre

- **PRESTIGE** - conférence de presse PRESTIGE F5.7 – 8h30 - VIEUX PORT- stand pan 102 & pan 002

### Les prochains RDV du Groupe Beneteau

- Résultats semestriels - 25 septembre 2024
- Salon Nautique de Gênes - Du 19 au 24 septembre 2024
- Le Grand Pavois de la Rochelle - Du 1<sup>er</sup> au 6 octobre 2024
- Salon Nautique de Barcelone – Du 10 au 13 octobre 2024

## A PROPOS DU GROUPE BENETEAU

Fondé en Vendée il y a 140 ans par Benjamin Bénéteau, le Groupe Beneteau est aujourd’hui fort d’une présence industrielle internationale de 23 sites de production et d’un réseau commercial mondial. Le Groupe Beneteau a réalisé un chiffre d’affaires en 2023 de 1,785 Md€ et compte un effectif de près de 8 130 collaborateurs, principalement en France, aux Etats-Unis, en Pologne, en Italie, au Portugal et en Tunisie.

Acteur mondial de référence, le Groupe Beneteau propose, grâce aux neuf marques de sa division Bateau, plus de 135 modèles de bateaux de plaisance qui répondent à la diversité des usages et des projets de navigation de ses clients, à la voile ou au moteur, monocoque ou catamaran.

À travers sa division Boating Solutions, le Groupe est également présent dans les activités de services de location à la journée ou à la semaine, marinas, digital et financement.

Sa division Habitat est un acteur européen majeur de l’hôtellerie de plein air. Ses 3 marques, proposent une large gamme de résidences mobiles. Elle compte 900 collaborateurs répartis sur 6 sites de production en France et 1 en Italie.

## CONTACT MÉDIAS

Barbara BIDAN  
Directrice de la Communication Corporate  
[b.bidan@beneteau-group.com](mailto:b.bidan@beneteau-group.com)  
Tel +33 / (0)6 02 17 13 14