



GROUPE BENETEAU

CASE-STUDY PRODUIT : MULTICOQUES

Yann MASSELOT
Directeur général adjoint Lagoon/CNB



GROUPE BENETEAU

1. ENJEUX
2. ÉVOLUTION DE L'OFFRE CATAMARAN



1. ENJEUX

ENJEUX : UNE NOUVELLE OFFRE DIFFÉRENCIÉE

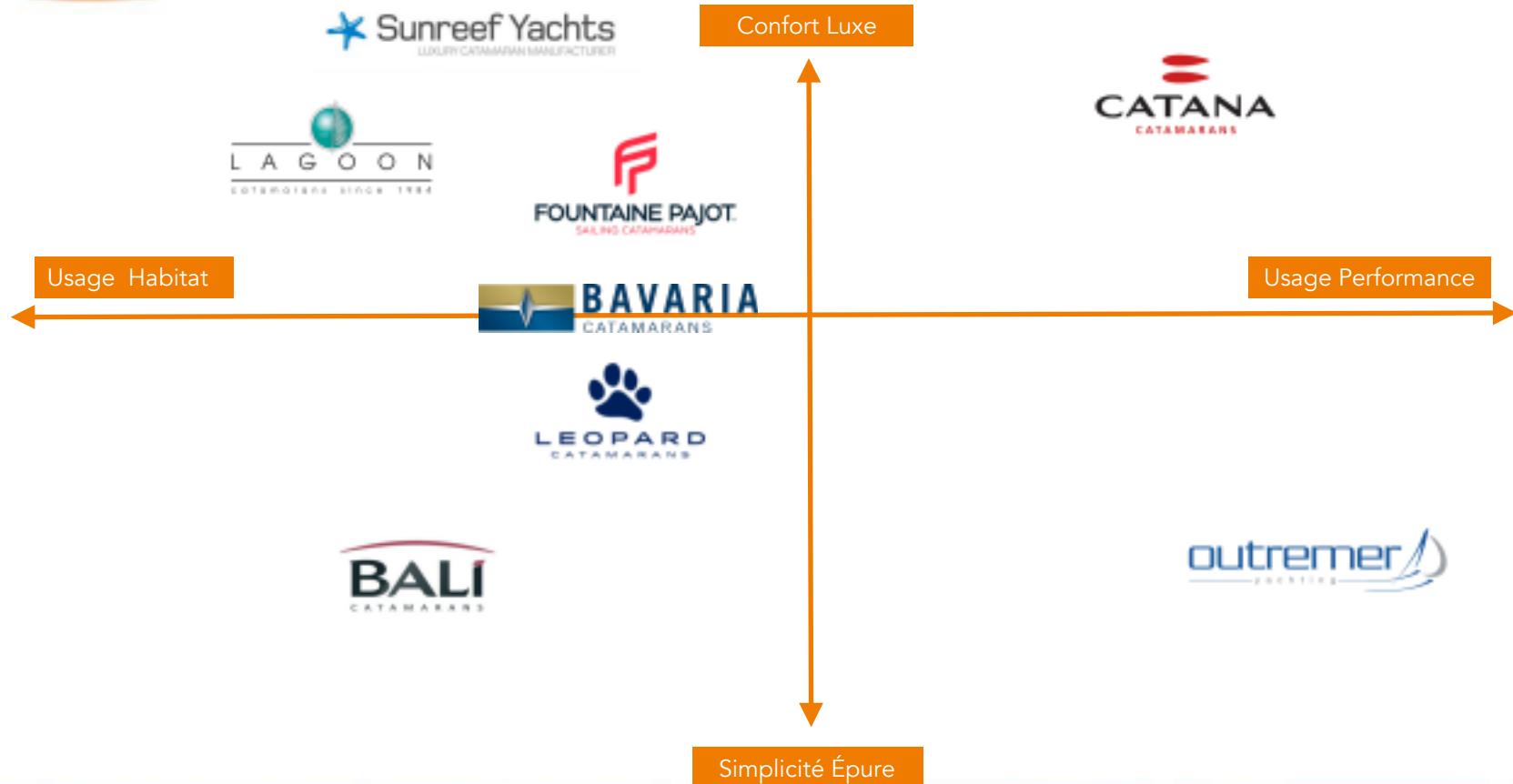
- Répondre à la segmentation du marché
- Élargir notre réseau de distribution
- Optimiser nos usines et augmenter le revenu

POURQUOI UNE NOUVELLE OFFRE CATAMARAN ?

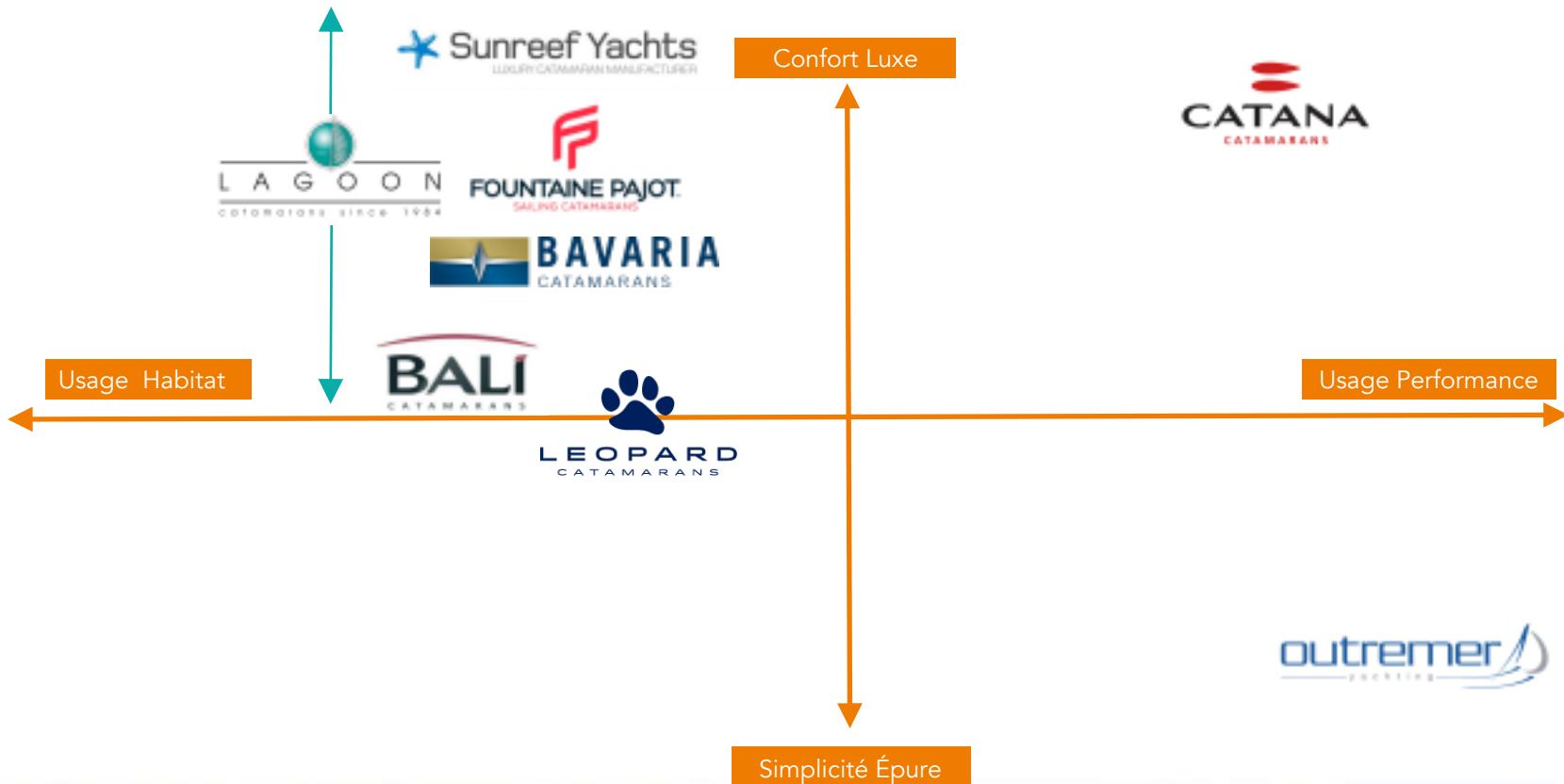
- Augmenter nos parts de marché
- Le marché est plus développé et se segmente
- Différenciation des concurrents qui ont suivi le modèle Lagoon



2013 POSITIONNEMENT DES PRINCIPAUX ACTEURS



AUJOURD'HUI POSITIONNEMENT DES PRINCIPAUX ACTEURS





2. ÉVOLUTION DE L'OFFRE CATAMARAN

COMMENT DÉVELOPPER CETTE OFFRE

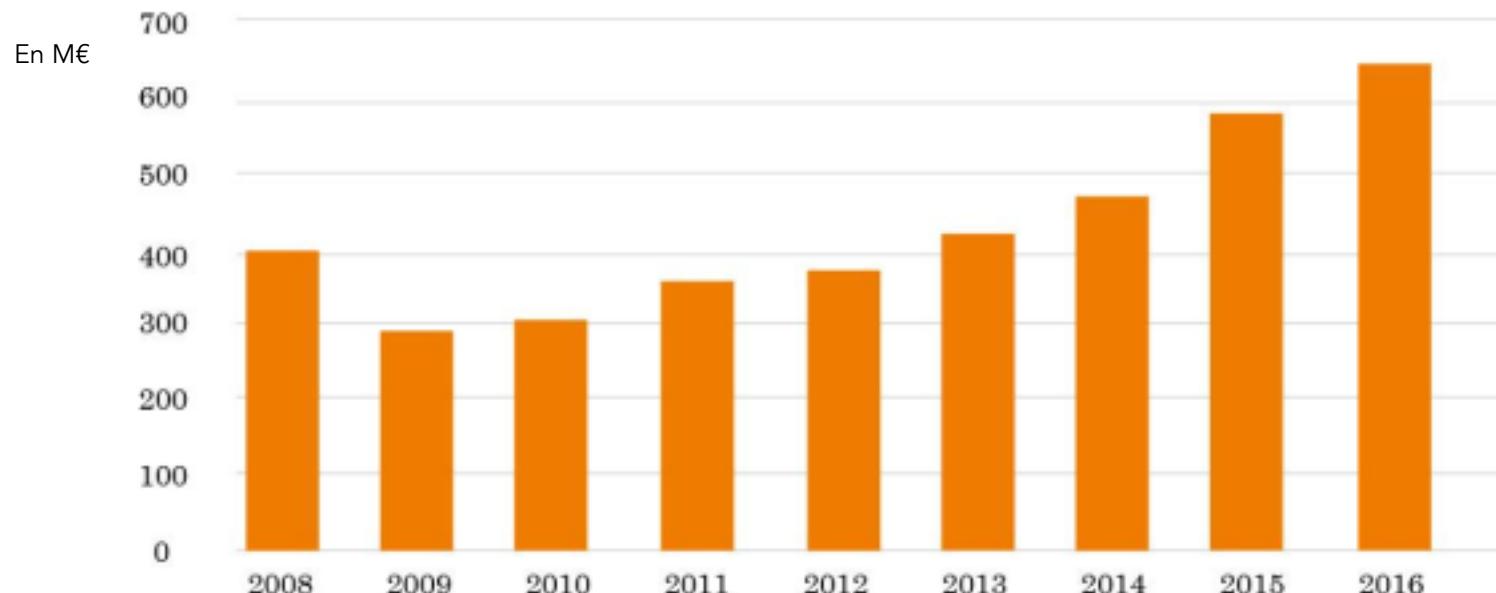
- Capitaliser sur la réussite de Lagoon
- Capitaliser sur un marché dynamique
- Capitaliser sur les synergies au sein du Groupe Bénéteau

CAPITALISER SUR LA RÉUSSITE DE LAGOON

- La montée en puissance d'une marque depuis 1995
 - Leader mondial depuis 2003
 - Une surperformance par rapport au marché
- Des synergies industrielles et financières avec le Groupe Bénéteau
- Un esprit de challenger permanent
- Des innovations devenues incontournables

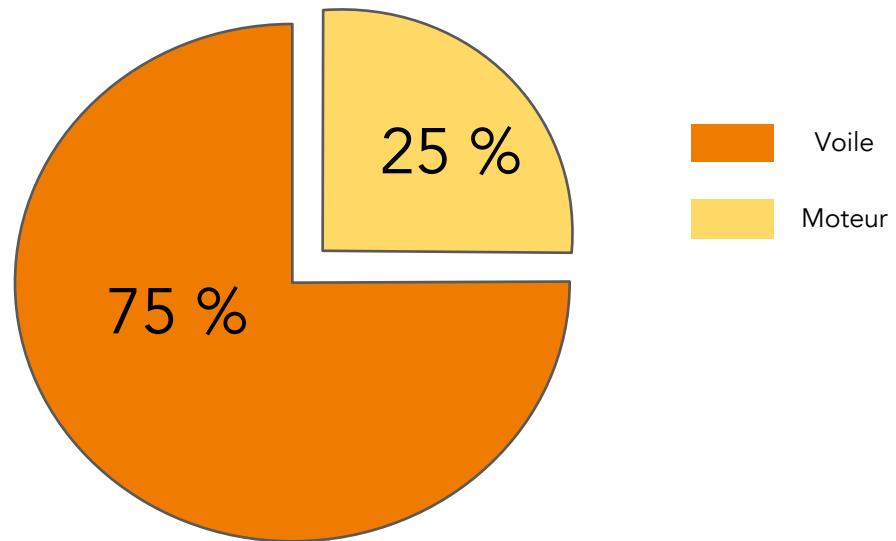


UN MARCHÉ MONDIAL DYNAMIQUE



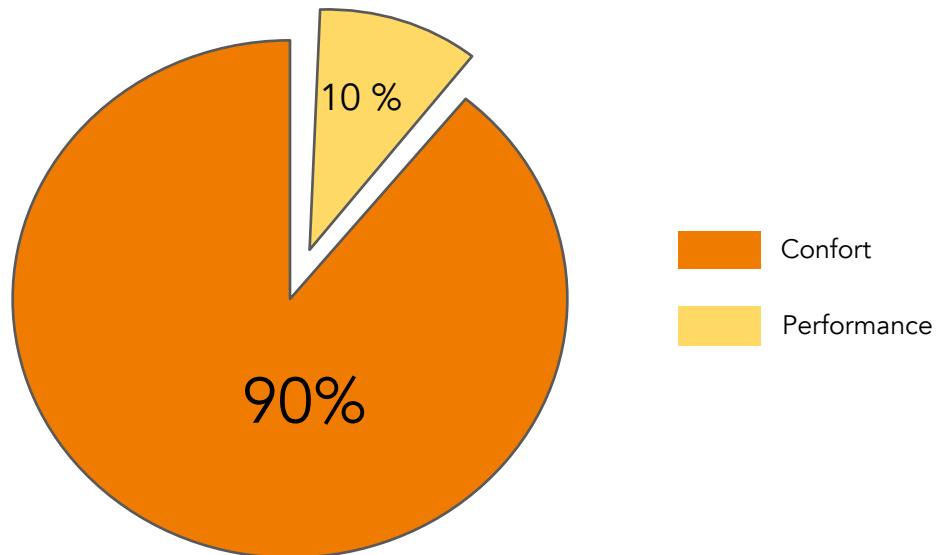
- Un marché catamaran dynamique qui a dépassé son point le plus haut d'avant crise
- Une croissance annuelle moyenne de 18% depuis 2010

RÉPARTITION VOILE/MOTEUR CATAMARAN HABITABLE



- Un segment voile toujours dominant avec 75% du marché
- Un segment moteur en croissance depuis 2 ans

RÉPARTITION DES SEGMENTS CONFORT / PERFORMANCE - CATAMARAN VOILE



- Le segment confort domine 90% du marché voile multicoque

FACTEURS CLÉS DU DÉVELOPPEMENT

- Lancement de la nouvelle marque en 2018
- Une gamme de plusieurs modèles rapidement disponibles
- Un nouveau mode de conception

