

Ports de plaisance

La lente transition vers le marketing territorial

POURQUOI ?

Les ports de plaisance ont longtemps été considérés comme de simples parkings à bateaux. Mais la population des plaisanciers évolue, ainsi que leurs attentes, vers davantage de services.

POUR QUI ?

Sous l'impulsion d'élus et de gestionnaires de ports, des stratégies se mettent en place pour faire du port de plaisance un outil d'attractivité et de développement économique du territoire.

COMMENT ?

Opérations de rénovation, propositions de nouveaux services destinés aux plaisanciers, etc., l'enjeu est souvent de transformer le port en un véritable lieu de vie. Une mutation parfois complexe.

Les vents ont tourné. Terminée, la saturation généralisée des ports de plaisance français. « A l'exception du littoral méditerranéen et de rares zones sur l'Atlantique, les listes d'attente ont fondu comme neige au soleil », explique Serge Pallarès, président de la Fédération française des ports de plaisance (FFPP). Et les 15 000 places gagnées ces dix dernières années sur le littoral du pays n'expliquent pas, à elles seules, ce retournement de situation.

Etudes en cours

Trois raisons principales sont avancées : la baisse des ventes de bateaux, ces dernières années, le vieillissement de la population des plaisanciers – âgés en moyenne de 54 ans, avec 29% qui ont plus de 70 ans –, et l'émergence de nouvelles habitudes de navigation. Le plaisancier de demain voudra, en effet, plus qu'un anneau – nom donné à une place dans un port – dans un parking à bateaux... « Il sera davantage client d'un plaisir à prendre sur, et en dehors de l'eau mais aussi désireux de changer plus souvent de lieu. Le tout sans être forcément propriétaire de son embarcation », analyse

ATOUTS

- Une grande capacité d'accueil : **470 ports de plaisance en mer, 50 ports et haltes fluviales recensés en France. Soit environ 165 000 places.**
- Un secteur porteur avec environ 4 millions de plaisanciers dans le pays.

LIMITES

- Des ports restés longtemps dans une approche technique de gestion de places.
- Une multitude d'acteurs et d'institutions autour des ports, ce qui tend à compliquer les initiatives locales.

Emmanuel Jahan, directeur des ports et du développement de l'économie littorale à la chambre de commerce et d'industrie (CCI) Nantes-Saint-Nazaire (Loire-Atlantique).

Ici ou là, des gestionnaires de ports dont font partie les communes et intercommunalités, s'organisent afin de « générer de l'attractivité grâce à leur port, pour en faire un outil économique fort du territoire », poursuit Serge Pallarès. Et c'est une véritable révolution dans un lieu traditionnellement technique où le champ lexical du marketing était tabou. Sans compter que, selon Christophe Chabot, maire de Brétignolles-sur-Mer (lire p. 04) « la longueur des listes d'attente n'a pas facilité non plus les remises en question ». A la CCI Nantes-Saint-Nazaire qui gère 4 ports de plaisance (Piriac-sur-Mer, La Baule-Le Pouliguen, Pornichet et Pornic), une grande enquête va être lancée « pour mieux cerner les besoins et les attentes des clients », enchaîne Emmanuel Jahan. « Nous n'y voyons pas très clair pour l'instant mais l'idée serait de faire en sorte que les ports deviennent de vrais lieux de vie. » A l'image de ce que projette également la ville de Cannes, lancée

dans des travaux d'aménagement du port Canto. Outre l'aménagement des espaces portuaires pour favoriser les déambulations et les connexions avec la ville, de nombreux locaux commerciaux vont voir le jour d'ici à 2018. « Le port est la figure de proue d'une ville », poursuit Jean-Yves de Chaisemartin, maire de Paimpol (7300 hab., Côtes-d'Armor). Ces 5 dernières années, cette ville a investi 2 millions d'euros pour la rénovation de son port. « Il est ainsi devenu un lieu de rencontres d'autant plus important qu'il est situé en cœur de cité avec de nombreux services à proximité. »

Une porte d'entrée, pas une fenêtre...

Serge Pallarès, à la FFPP, résume l'idée. « Les ports de plaisance ne doivent plus seulement être des fenêtres sur l'océan. Ils sont appelés à devenir des portes d'entrée sur le territoire. » Le modèle à suivre s'appelle Gruissan (4600 hab., Aude). Son port de 1650 places est géré par l'office du tourisme, piloté par Jean-Claude Méric. « La course aux anneaux, je n'en veux plus, explique-t-il. Une extension est lourde. Pour ajouter 450 places, il me



A Gruissan, les plaisanciers peuvent louer des voitures électriques équipées de GPS qui fournissent des informations sur les sites à découvrir.

OFFICE DU TOURISME GRUISSAN



F. CHAREL

L'EXPERT

PHILIPPE MAUD'HUI, directeur de l'ingénierie et du développement d'Atout France

«Changer les mentalités prend du temps»

«De la même manière que tous les territoires ne sont pas touristiques, les ports de plaisance ne sont pas tous des équipements à vocation touristique. Certains ports, de petite ou de moyenne taille remplissent avant tout un rôle social sur le territoire avant d'avoir un rôle économique. D'autres, en revanche, ont clairement un rôle économique et touristique, de par la station où ils sont implantés, leur capacité d'accueil et le profil des plaisanciers accueillis. On observe une véritable évolution avec des ports qui ont aujourd'hui une approche "plaisancier-client" et non plus "plaisancier-usager". Les gestion-

naires voient évoluer leur rôle de capitaine de port qui délivre des autorisations d'occupation, à patron d'une entreprise de services. Cela implique un changement des mentalités qui prend du temps. La constitution d'un référentiel de labellisation des ports de plaisance en matière d'offre et de services aux plaisanciers est aussi en cours. L'objectif étant d'être reconnu "Qualité tourisme". Le secteur connaît donc une mutation importante, avec l'enjeu de faire des ports non plus un outil saisonnier mais une structure qui fonctionne toute l'année avec une capacité de développer des retombées économiques à 360°.»

Les structures exemplaires labellisées

Après une première phase en 2010-2011, le concours national pour des ports de plaisance exemplaires revient en 2015. Créé sous l'égide du ministère du Développement durable, il vise à labelliser des structures centrées sur l'amélioration de leurs capacités d'accueil et celle des services proposés aux plaisanciers.

Tout savoir sur <http://bit.ly/1InDsk3>

fallait 8 millions d'euros à rentabiliser sur quinze ans. Je préfère me diversifier et apporter des services nouveaux en valorisant la destination», explique-t-il.

Depuis 2008, il s'efforce donc de créer des passerelles entre le port et l'arrière-pays. Sa stratégie se déploie lorsque le plaisancier est encore au large. «Nous avons noué un partenariat avec les concepteurs d'un logiciel de navigation. En sélectionnant un port, il a aussitôt toutes les informations touristiques sur le site.» A terre, des totems d'information ont été érigés sur les pontons et la capitainerie, transformée en point d'accueil touristique. «Ensuite, c'est tout bête, mais le plaisancier est à pied. Pour favoriser son itinérance, nous avons créé, en 2014, une écogare», reprend-il.

Au total, 10 vélos à assistance électrique (VAE) sont à la disposition pour naviguer en intra-muros. De petites remorques spécifiques ont même été conçues afin de permettre au plaisancier de ramener ses courses du supermarché local. Et s'il veut gagner l'arrière-pays, il grimpe sur l'une des 4 voitures électriques, disponibles en location «à tarif préférentiel», (●●)

Christophe Chabot,
maire de Brétignolles-sur-Mer.



J. P. TEILLET

Brétignolles-sur-Mer (Vendée) • 4 300 hab.

Le long chenal vers le nouveau port

Le maire, Christophe Chabot, porte le projet du nouveau port de plaisance de Brétignolles-sur-Mer depuis 2001. « Je suis un peu usé », avoue-t-il. En colère aussi contre les associations environnementales et les partis écologistes qui multiplient les recours. « En matière d'environnement, nous respectons toutes les chartes imaginables. Si nous avons choisi d'installer un programme immobilier de 1 000 maisons, qui aurait été bien plus polluant, on nous aurait laissés tranquille. » Situé sur le site de la Normandelière, ce port devrait comporter 1 000 anneaux. Les élus l'imaginent comme un « lieu de vie », avec des commerces et une base de loisirs. « Nous souhaitons que les plaisanciers deviennent des consommateurs touristiques du ter-

ritoire », poursuit le maire. « Notre raisonnement n'est pas de faire un port pour ceux qui ont des bateaux. Ces derniers, ne sont qu'un moyen de financer le projet, par la location d'anneaux. » Le maire table sur un budget de 40 à 45 millions d'euros. Le recul de la moyenne d'âge des plaisanciers ne l'effraie pas. « Nous devons être imaginatifs en proposant d'autres concepts comme le bateau-habitat qui deviendrait un lieu de vacances. » Une nouvelle enquête publique devrait être ouverte fin 2015 ou début 2016.

CONTACT

Mairie, tél. : 02.51.22.46.00.

LE BILAN

La contrainte environnementale est au cœur d'un projet qui prévoit de nouveaux aménagements.

(●●●) glisse Jean-Claude Méric. « Elles sont toutes équipées de GPS qui distillent au fil de l'eau, des informations sur l'histoire du pays, les sites à observer, les caves ou châteaux cathares à visiter, etc. » Des escales « bien-être » dans le centre de balnéothérapie du coin sont aussi proposées. « L'enjeu maintenant est de développer ce concept dans d'autres ports. Nous y travaillons avec la FFPP. »

Ça bouge aussi du côté des DSP

En Bretagne aussi, le marin façon « vieux loup de mer » est en train de devenir un client. Il accède désormais à de nombreux services qu'il jugeait autrefois bien futiles : restauration, laverie et même sauna comme c'est le cas à la capitainerie de Lorient (Morbihan). « Certaines collectivités territoriales commencent également à introduire des volets "promotion et développement touristique" dans les appels de délégation de service public (DSP) », constate Briec Morin, secrétaire général de l'Association des ports de plaisance de Bretagne. « Auparavant, seule la conception technique était envisagée. » C'est ainsi que le ges-

2 500 emplois directs et 162 M€ de chiffre d'affaires sont générés par les ports de plaisance. Les spécialistes estiment que la création de 100 anneaux dans un port maritime entraîne la création de 2 emplois directs et 8 indirects.

Source : « Les ports de plaisance en Europe », Euromarina/FFPP.

33 % des bateaux dans les ports de plaisance français sortent plus de 30 jours par an.

Source : « Le marché de la plaisance en France », ODIT France/Atout France, 2008.

tionnaire de port se mue aussi parfois en organisateur d'événements : salon nautique, régata, course à la voile et même festival de musique !

Pas de nouveaux projets

Malgré ces bouleversements, la construction de nouveaux ports n'est pas d'actualité en France. Pour des raisons principalement environnementales, la mission « mer et littoral » de l'Assemblée des départements de France l'a d'ailleurs vivement déconseillé dans un rapport de juin 2014 (*). A l'exception de Brétignolles-sur-Mer (lire ci-dessus), il n'existe pas de projets avancés en façade maritime.

Dans les terres, en revanche, des initiatives naissent comme à Frossay (3 000 hab., Loire-Atlantique) qui mise sur un port à sec pour booster son économie locale. Il a été installé en mai 2013, sous l'impulsion de la communauté de communes du Sud Estuaire, à 7 milles nautiques (13 km) de l'estuaire de la Loire. L'objectif était d'attirer des plaisanciers en mal de places sur la côte. Mais aussi de développer toute une filière nautique (fabrication de ponts, sellerie, motorisation, réparation...) sur la zone d'ac-

tivité voisine. Et pourquoi pas, à l'avenir, des activités complémentaires, par exemple la restauration ou l'hôtellerie, comme l'espèrent les élus ?

La « croissance bleue » ne concerne pas que les ports avec vue sur mer. Sous l'impulsion également de programmes de promotion comme « Ports exemplaires » ou de labels (« Odyssea », « Port d'intérêt patrimonial », par exemple), les ports sont invités à s'ouvrir sur leur territoire. Pour y parvenir, Jean-Yves de Chaisemartin à Paimpol, appelle aussi à un choc de simplification. « Aujourd'hui, le port est un espace de l'Etat, décentralisé au département, concédé à la chambre de commerce et d'industrie pour sa partie commerciale et à la commune pour la plaisance. Nous avons une multiplicité d'acteurs qui ne s'entendent pas forcément, ce qui rend complexe la moindre initiative. L'enjeu serait donc de réorganiser les cités portuaires autour de la communauté de communes. Laquelle constitue une vraie perspective de développement. » Et une opportunité de retrouver des vents porteurs.

David Picot

(*) « Les départements face au défi littoral », rapport final de la mission « mer et littoral ».