



Filière Nautique Normande

ENSEMBLE POUR L'EXCELLENCE

www.f2n.fr

Carnets de route pour la mise en œuvre des actions de progrès



Les actions de progrès

Au nombre de cinq, elles figurent dans le rapport « Programme de propositions pour le développement économique des espaces portuaires bas-normands ». Ces actions sont les suivantes :

1. **Promouvoir l'installation de ports à sec**
2. **Décliner le Yield management aux bassins de navigation bas-normands**
3. **Promouvoir l'escale dans les ports d'échouage**
4. **Développer la navigation en escadre**
5. **Favoriser la découverte des activités nautiques**

Le carnet de route

Ce document présente de manière précise et détaillée les différentes étapes de l'action de progrès, et pour chacune d'elle les plannings et le suivi d'évaluation.

Ce souci du détail répond à trois objectifs :

1. **Pérenniser les résultats des actions de progrès** : « savoir pourquoi on réussit une action de progrès, c'est pouvoir la répéter ».
2. **Professionaliser la filière nautique** : « en sachant comment on fait des progrès, on peut former les autres au progrès ».
3. **Disposer des moyens nécessaires pour pouvoir juger équitablement** : c'est avoir pour tous les mêmes conditions et règles d'évaluation ».

Carnet de route 1

Le port à sec

Le Port à sec est destiné à accueillir les bateaux en dehors de leur période de navigation. Le port à sec offre une solution rassurante pour de nombreux profils de plaisanciers et permet de libérer des places à flot.

Pour quel type de bateau ?

Pour des stockages de bateaux à moteur empilables

Pour des bateaux conçus spécifiquement pour cela, par exemple élingables en un point (permet l'usage d'une grue standard polyvalente) et stockables sans ber (permet un autre usage de l'espace libéré des bers)

Sur quel site ?

- Des sites non habités
- Des friches industrielles portuaires
- Pour des sites actuellement vierges de toute occupation

Contraintes :

- Impose aux plaisanciers et aux exploitants de nouvelles habitudes d'usages et de fonctionnement. Il reste cependant indispensable de conserver un petit port à flot de départ

Commentaires :

- Le port à sec est présenté comme la solution d'avenir mais très peu de voiliers sont conçus pour ce mode d'exploitation
- Le foncier sur le littoral est rare
- Les espaces consacrés aux ports à sec sont souvent confrontés à des problèmes esthétiques
- Ce mode d'exploitation présente un certain risque d'immobilité
- La rentabilité d'un tel dispositif est évidente, les retombées financières induites certainement moins, la notoriété et l'image du site pourraient enregistrer un effet négatif

EFFETS INDUITS DE L'ACTION DE PROGRES

- Pallier au manque de place dans les ports à flot.
- Solution alternative à la construction de nouvelles infrastructures souvent très lourdes financièrement.
- Optimisation de l'utilisation du littoral : adapté en fonction du rythme de navigation de chaque bateau.
- Respect du littoral : forte diminution de l'application de peintures antisalissure toxiques.
- Les propriétaires de bateaux peuvent y trouver une solution pratique tout en faisant des économies.
- Outil de conquête pour des clientèles éloignées, qui ne peuvent pas vérifier les amarres toute l'année.

LES ACTIONS A MENER

Objectif : visibilité du produit et des services associés

1. Action A - Construction du port à sec

Objectif : mise en œuvre sur le terrain du port à sec

2. Action B - Gestion du port à sec

Objectif : offrir un véritable service client

3. Action C - Commercialisation des espaces

Objectif : visibilité du produit et des services associés

ACTION A - CONSTRUCTION

Objectif : mise en œuvre sur le terrain du port à sec

- 4. Etape A1 - Trouver le foncier et les accords possibles avec la collectivité pour l'exploitation du site.**
Privilégier les espaces de friches industrielles ou militaires, les zones peu habitées, etc.
- 5. Etape A2 - Réaliser le business plan.**
Formaliser les projections, le plan d'aménagement et le financement de l'investissement.
- 6. Etape A3 - S'assurer de l'intégration paysagère du port à sec.**
- 7. Etape A4 - Choix du maître d'oeuvre et suivi de l'aménagement.**

Avertissement !

Le port à sec peut rapidement n'être qu'un immense mur blanc (de bateau) en hiver et un immense mur gris (de ber) en été !

ACTION B - GESTION

Objectif : offrir un véritable service client

- 8. Etape B1 - Mettre en place un système de manutention adaptable pour tout type de bateau.**
(Ascenseur à bateau, grue,...) : bateau à moteur, voiliers, petits et grands, etc.
- 9. Etape B2 - L'exploitant doit répondre à une demande de mise à l'eau ou sortie d'eau très vite et de façon sûre pour le bateau.**
- 10. Etape B3 - La gestion des mises à l'eau ou des sorties d'eau doit être simple pour le plaisancier.**
Déclaration à la capitainerie, par téléphone ou encore par Internet toute l'année.
- 11. Etape B4 - Proposer des services associés.**
Maintenance courante bateaux (mécanique, traitement coques, voiles, accastillage, etc.).
- 12. Etape B5 - Avantages tarifaires pour les bateaux au port à sec.**

Ces 5 étapes sont la clé de la réussite du projet !

Objectif : visibilité du produit et des services associés

13. Etape C1 - Identifier dans la structure 1 ou 2 responsables de l'opération de communication.

En cas de besoin recruter une personne supplémentaire (étudiant, stagiaire en BTS, etc.). Définir avec eux le nombre de jours et le temps passé par jour pour cette opération.

14. Etape C2 - Créer une lettre d'information des plaisanciers.

Présenter l'ensemble des possibilités de gestion de leur bateau grâce au port à sec. Remettre en main propre un maximum de ces lettres pour pouvoir sensibiliser les plaisanciers aux différents intérêts de ce mode d'exploitation en fonction de leurs besoins.

15. Etape C3 - Mettre en avant sur le site internet du port tous les avantages du port à sec pour les plaisanciers.

SUIVI D'ÉVALUATION

16. Evaluation de l'action A - CONSTRUCTION

Étapes	1 point	2 points	3 points
A1- trouver le foncier			
A2- réaliser le business plan			
A3- intégration paysagère			
A4- choix du maître d'oeuvre et suivi de l'aménagement			

17. Evaluation de l'action B - GESTION

Étapes	1 point	2 points	3 points
B1- système de manutention adapté à tous types de bateaux			
B2- système de manutention rapide et sûr			
B3- système manutention simple pour le plaisancier			
B4- services associés			
B5- avantages tarifaires			

18. Evaluation de l'Action C - COMMERCIALISATION

Étapes	1 point	2 points	3 points
C1- identifier dans la structure 1 ou 2 responsables			
C2- créer une lettre d'information des plaisanciers			
C3- mettre en avant le port à sec sur le site internet du port			

Total de l'action de progrès « port à sec » /20

PLANNING

19. Planning de l'action A - CONSTRUCTION

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
A1- trouver le foncier				
A2- réaliser le business plan				
A3- intégration paysagère				
A4- choix du maître d'oeuvre et suivi de l'aménagement				

20. Planning de l'action B - GESTION

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
B1- système de manutention adapté à tous types de bateaux				
B2- système de manutention rapide et sûr				
B3- système manutention simple pour le plaisancier				
B4- services associés				
B5- avantages tarifaires				

21. Planning de l'Action C - COMMERCIALISATION

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
C1- identifier dans la structure 1 ou 2 responsables				
C2- créer une lettre d'information des plaisanciers				
C3- mettre en avant le port à sec sur le site internet du port				

Carnet de route 2

Le yield management

Le Yield Management ou « gestion fine » est un concept issu du monde de l'hôtellerie, c'est un système de gestion des capacités disponibles qui a pour objectif d'optimiser le chiffre d'affaires. Dans certains hôtels le yield management est même poussé jusqu'à une tarification en temps réel, le prix d'une chambre peut varier d'une heure à l'autre.

Ce concept adapté au port de plaisance peut avoir plusieurs aspects :

- Inciter les plaisanciers à communiquer leurs dates d'absence pour pouvoir attribuer les places vacantes pendant cette durée
- Disposer d'une offre alternative ouvrant d'autres droits dans d'autres ports ou mouillages
- Proposer des incitations financières ou modifier les contrats d'usage des locataires
- Réhabiliter l'amarrage à couple, moins cher
- Améliorer l'accueil des escales exigeantes, plus cher
- Sortir de l'eau gratuitement ceux qui ne bougent pas en leur garantissant une place s'ils souhaitent naviguer de nouveau

FOCUS

Votre état d'esprit : « autant d'offres tarifaires que de profils de plaisanciers »

Créer des offres tarifaires encore plus segmentées :

- 30 % pour ceux qui quittent le port au moins 40 jours consécutifs
- 20 % et deux manutentions gratuites pour ceux qui libèrent un mois leur place en saison
- 20 % pour ceux qui acceptent de rester sur des places à couple

Exemple : le port de la Trinité : 30 % de remise si le bateau part deux mois dans l'année.

Le Passeport Escales

Le passeport Escales Bretagne Atlantique est un réseau de 40 ports, de Granville à Port Médoc, accueillant les plaisanciers gratuitement sur des escales (deux nuits maximum) si elles sont déclarées par avance. La déclaration du départ peut se faire chaque jour avant midi dans toutes les capitaineries du réseau, par Internet ou par téléphone 24h/24 et 7j/7. Les escales sont prises en charge par le port d'attache.

EFFETS INDUITS DE L'ACTION DE PROGRES

- Dynamiser les mouvements des bateaux.
- Augmenter la marge brute de 10 % en moyenne.
- Démontrer toute la richesse et les possibilités d'escale de la Basse Normandie.
- Faire de la Région Basse-Normandie une destination mer.
- Améliorer le chiffre d'affaires des exploitants de ports de plaisance, grâce à un meilleur taux de remplissage : 115 % de places commercialisées.

LES ACTIONS A MENER

1. Action A - Définir le yield management

Objectif : positionnement stratégique de la mise en place du Yield management et segmentation des populations de plaisanciers

2. Action B - Management de l'équipe

Objectif : partager collectivement le positionnement stratégique

3. Action C - Mieux vendre

Objectif : visibilité des produits et services développés

ACTION A - DEFINIR LE YIELD MANAGEMENT

**Objectif : positionnement stratégique de la mise en place du Yield management.
Segmentation des populations de plaisanciers.**

4. Etape A1 - Entretien(s) avec le gestionnaire du port.

L'objectif est de recueillir les demandes, les attentes et les objectifs chiffrés de la mise en place d'une méthode de yield management pour une gestion dynamique de son port de plaisance.

5. Etape A2 - Analyse fine des taux de remplissage.

Tableaux de bords au jour le jour du remplissage du port, analyse des pics de demande, du potentiel de client perdu par manque de place, etc.

6. Etape A3 - Gestion analytique.

Analyse fine de la comptabilité : coût d'une place vide par jour, coût d'une place occupé par jour, frais fixes, variables, marges, etc.

7. Etape A4 - Positionnement du curseur et des modalités de mise en place des principes.

Grille tarifaire, remise, incitations financières, niveau de services, prestations offertes en contre partie, contrat d'emplacement, taux de places commercialisées, etc.

ACTION B - MANAGEMENT DE L'EQUIPE

Objectif : partager collectivement le positionnement stratégique

8. Etape B1 - Valider un planning détaillé de la mise en oeuvre du yield management.

9. Etape B2 - Séminaire des salariés.

L'objectif étant de partager collectivement les intérêts de la mise en place d'une gestion dynamique du port de plaisance, autant pour les professionnel que pour les plaisanciers.

10. Etape B3 - Temps d'intégration des saisonniers.

Apporter le même niveau de connaissance aux saisonniers sur les méthodes mises en place pour une gestion dynamique.

11. Etape B4 - Point hebdomadaire avec le personnel en haute saison.

Analyse du chiffre d'affaires, des difficultés, voire des ajustements nécessaires.

Objectif : visibilité des produits et services développés.

12. Etape C1 - Identifier dans la structure 1 ou 2 responsables de l'opération de communication.

En cas de besoin, recruter une personne supplémentaire (étudiant, stagiaire en BTS, etc.). Définir avec eux le nombre de jours et le temps passé par jour pour cette opération.

13. Etape C2 - Créer une lettre d'information des plaisanciers.

Présenter l'ensemble des possibilités de gestion de leur bateau grâce au port à sec. Remettre en main propre un maximum de ces lettres pour pouvoir sensibiliser les plaisanciers aux différents intérêts de ce mode d'exploitation en fonction de leurs besoins.

14. Etape C3 - Mettre en avant sur le site internet du port tous les avantages pour les plaisanciers de ces méthodes de gestion dynamiques.

Attention !

Cette dynamique sera renforcée par des accords réalisés au minimum à l'échelle de bassin.

SUIVI D'ÉVALUATION

15. Evaluation de l'action A - DEFINIR LE YIELD MANAGEMENT

Étapes	1 point	2 points	3 points
A1- entretien avec le gestionnaire			
A2- analyse fine des taux de remplissage			
A3- gestion analytique			
A4- positionnement du curseur et des modalités de mise en place du yield management			

16. Evaluation de l'action B - MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE

Étapes	1 point	2 points	3 points
B1- mise en place d'un planning détaillé			
B2- séminaire des salariés			
B3- temps d'intégration des saisonniers			
B4- point hebdomadaire avec le personnel en haute saison			

17. Evaluation de l'Action C - MIEUX VENDRE

Étapes	1 point	2 points	3 points
C1- identifier dans la structure 1 ou 2 responsables			
C2- créer une lettre d'information des plaisanciers			
C3- mettre en avant sur le site internet du port tous les avantages pour les plaisanciers de ces méthodes de gestion dynamiques.			

Total de l'action de progrès « le yield management » /20

PLANNING

18. Planning de l'action A - DEFINIR LE YIELD MANAGEMENT

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
A1- entretien avec le gestionnaire				
A2- analyse fine des taux de remplissage				
A3- gestion analytique				
A4- positionnement du curseur et des modalités de mise en place du yield management				

19. Planning de l'action B - MANAGEMENT DE L'EQUIPE

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
B1- mise en place d'un planning détaillé				
B2- séminaire des salariés				
B3- temps d'intégration des saisonniers				
B4- point hebdomadaire avec le personnel en haute saison				

20. Planning de l'Action C - MIEUX VENDRE

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
C1- identifier dans la structure 1 ou 2 responsables				
C2- créer une lettre d'information des plaisanciers				
C3- mettre en avant sur le site internet du port tous les avantages pour les plaisanciers de ces méthodes de gestion				

Carnet de route 3

L'escale dans les ports d'échouage

LE CONCEPT

L'escale dans les ports d'échouage

Aménager un espace d'échouage qui manque d'attractivité et accueille rarement des escales.

Un cahier des charges pour des aménagements de base :

- Un platier d'échouage propre et à niveau
- Un système rendant les amarres coulissantes le long du quai
- Un escalier d'embarquement sécurisé
- Une plate-forme en bois au-dessus et en pourtour du bassin pour éviter de salir ou abîmer les bateaux

Le public :

- Les plaisanciers propriétaires de petites unités échouage
- Les plaisanciers passionnés
- Les plaisanciers à petit budget (tarifs pratiqués en moyenne entre 50 % à 70 % moins chers)

L'organisation :

- Un espace entretenu toute l'année par le concessionnaire
- Un accueil organisé pour le public pendant 2h à chaque marée haute pour expliquer aux plaisanciers le fonctionnement et les services liés

Les services inclus :

- Un accueil personnalisé
- Des sanitaires, l'électricité, l'eau, etc.

PRE-REQUIS

Les recommandations

Les bassins d'échouage doivent être aménagés dans des lieux existants suffisamment protégés, et doivent être entretenu toute l'année du 1er janvier au 31 décembre avec des services liés pendant la haute saison, entre le 1er juin et 30 septembre.

Le pilote doit accompagner le concessionnaire dans la mise en place du bassin d'échouage sur le terrain, dans la conception de l'espace, la mise en place des services associés, la communication sur le territoire et dans l'ajustement du bassin d'une année sur l'autre si nécessaire.

Ce dispositif est à mettre en relation avec l'action de progrès « la navigation en escadre », les deux actions sont complémentaires et interdépendantes. La navigation en escadre permettra de dynamiser les bassins d'échouage et de démontrer aux plaisanciers et aux concessionnaires tous les avantages de ces haltes.

LES ESPACES D'ÉCHOUAGE A METTRE EN VALEUR



EFFETS INDUITS DE L'ACTION DE PROGRES

- Permet d'augmenter l'accueil des ports tout en conservant l'esprit du territoire, et en faisant des investissements financiers moindres.
- Dynamiser et animer un bassin de navigation.
- Démontrer toute la richesse et les possibilités d'escale de la Basse Normandie.
- Promouvoir un nautisme de découverte de la nature et des hommes, respectueux des logiques environnementales.
- Mettre en relation des choix techniques avec des politiques d'accompagnement de formation nautique et touristique.

LES ACTIONS A MENER

1. Action A - Conception du bassin d'échouage

Objectif : concevoir un bassin adapté aux attentes des clients en respectant l'histoire du port

2. Action B - Communication et commercialisation

Objectif : visibilité et conquête des plaisanciers bas-normands

ACTION A - CONCEPTION D'UN BASSIN D'ECHOUAGE

Objectif : concevoir un bassin d'échouage adapté aux attentes des clients.

3. Etape A1 - Identifier une personne ressource.

Au sein de la structure, cette personne devra être capable de suivre l'ensemble du projet et de porter le dossier financier

4. Etape A2 - Trouver le site ou l'emplacement le plus adapté pour l'aménagement de l'espace.

5. Etape A3 - Réaliser le business plan.

Formaliser par écrit les projections, le plan d'aménagement et le financement.

6. Etape A4 - Choix du maître d'oeuvre et suivi de l'aménagement.

7. Etape A5 - Création d'un outil d'information didacticiel à destination des usagers.

8. Etape A6 - Identifier une personne en charge de l'accueil des plaisanciers pour la haute saison.

Objectif : visibilité et conquête des plaisanciers bas-normands.

9. Etape B1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables.

Charger ces responsables de l'opération de communication et en cas de besoin, recruter une personne supplémentaire (étudiant, stagiaire en BTS,...). Définir avec eux le nombre de jours et le temps passé par jour pour cette opération.

10. Etape B2 - Créer des outils de promotion.

Mettre en avant la complémentarité de l'ensemble des bassins d'échouage et de navigation en Basse-Normandie.

11. Etape B3 - Définir les lieux d'affichage.

Lieux possibles : capitainerie, centres nautiques, grandes surfaces, office de tourisme.

SUIVI D'ÉVALUATION

12. Evaluation de l'action A - Conception du bassin d'échouage

Étapes	1 point	2 points	3 points
A1- Identifier une personne ressource			
A2- Trouver le site ou l'emplacement le plus adapté pour			
A3- Réaliser le business plan			
A4- Choix du maître d'œuvre et suivi de l'aménagement			
A5- Création d'un outil d'information didacticiel			
A6 - Identifier une personne en charge de l'accueil plaisanciers			

13. Evaluation de l'action B - Communication et commercialisation

Étapes	1 point	2 points	3 points
B1- Identifier dans la structure un ou deux responsables			
B2- Créer des outils de promotion			
B3 - Définir les lieux d'affichage			

Total de l'action de progrès « l'escale dans les ports d'échouage » /20

PLANNING

14. Planning de l'action A - Conception du bassin d'échouage

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
A1- Identifier une personne ressource				
A2- Trouver le site ou l'emplacement le plus adapté pour				
A3- Réaliser le business plan				
A4- Choix du maître d'œuvre et suivi de l'aménagement				
A5- Création d'un outil d'information didacticiel				
A6 - Identifier une personne en charge de l'accueil				

15. Planning de l'action B - Communication et commercialisation

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
B1- Identifier dans la structure un ou deux responsables				
B2- Créer des outils de promotion				
B3 - Définir les lieux d'affichage				

Carnet de route 4

La navigation en escadre

LE CONCEPT

La navigation en escadre consiste en navigations organisées et encadrées, en flottille de 10 à 50 voiliers de 5 à 12 mètres. Les voiliers peuvent échouer et donc aller dans des endroits insolites, dans tous les types d'espaces portuaires et passer au plus près de la côte en privilégiant la découverte de l'environnement. Les navigations quotidiennes sont courtes : 5 à 15 milles par jour, laissant le temps de découvrir chaque lieu visité.

Le public :

- Familles, adultes, groupes d'amis, chacun est le bienvenu.
- Propriétaire ou non d'un voilier, il est toujours possible de participer aux circuits (Bourse aux équipiers, places embarquées, location de bateau).

L'organisation :

- Une organisation sur l'eau et au mouillage faite par un professionnel, spécialiste de la croisière et du bassin de
- navigation.
- Un accueil chaleureux mis en scène par les Pays Touristiques et les Communes (Repas, visites, animations).

PRE-REQUIS

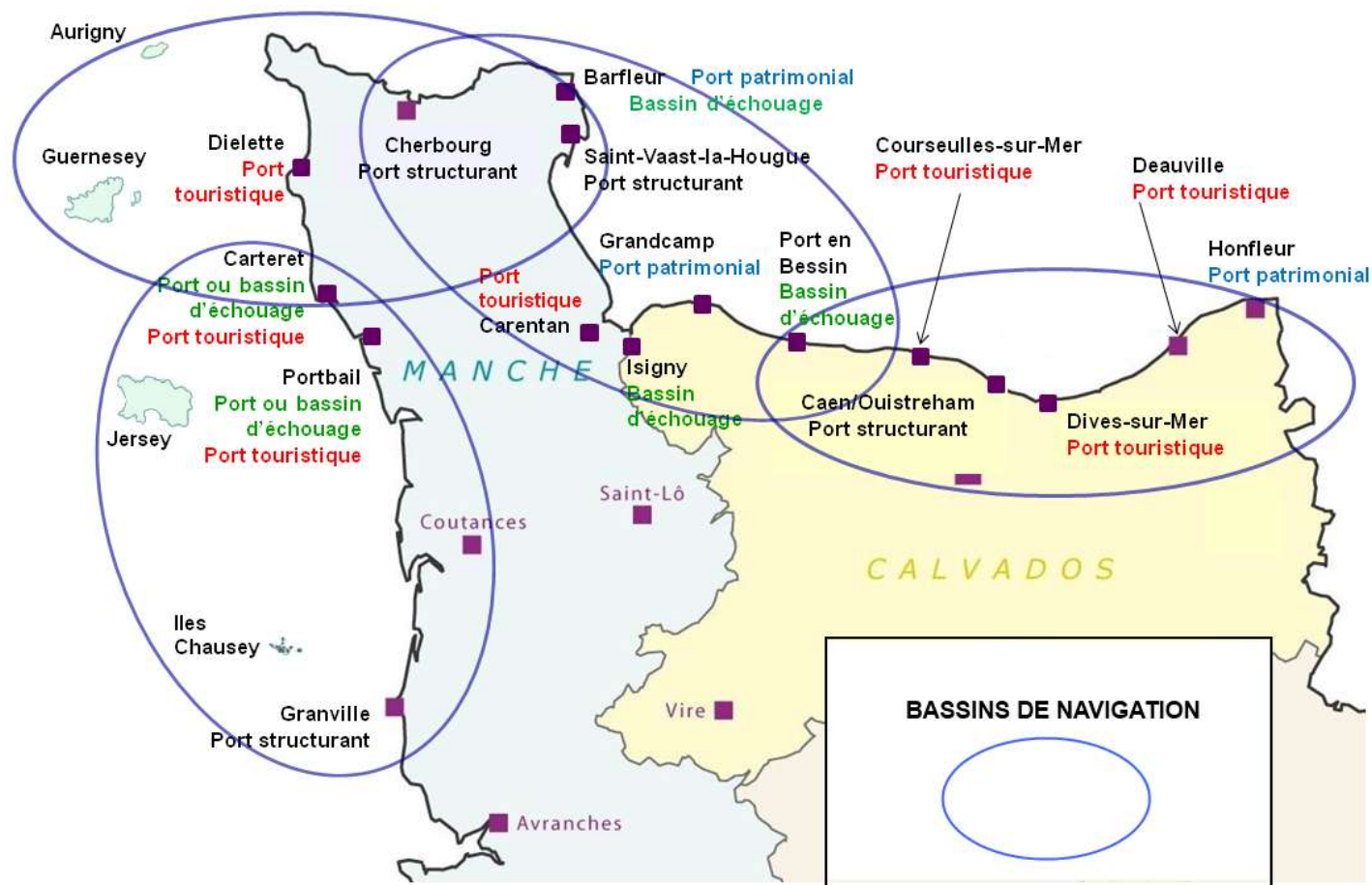
Les recommandations

- Le produit doit être proposé plusieurs fois pendant la haute saison (entre le 1^{er} juin et 30 septembre) au minimum un circuit par bassin de navigation et sur des dates qui ne se chevauchent pas et plus ponctuellement sur un format de week-end prolongé en bord de saison en avril/mai et en novembre.
- Le pilote doit accompagner le prestataire dans la mise en place du produit sur le terrain, dans la communication du produit et dans l'ajustement du produit d'une année sur l'autre.

Votre état d'esprit

- Un engagement : vous n'avez pas le droit de dire que vous êtes complets.
- Vous devez planifier les semaines en amont de la saison et le calendrier doit impérativement être tenu, quelque soit le nombre de participants.

LES CIRCUITS



EFFETS INDUITS DE L'ACTION DE PROGRES

- Former les plaisanciers locaux à la technique voile et à la navigation.
- Dynamiser et animer un bassin de navigation.
- Démontrer toute la richesse et les possibilités d'escale de la Basse Normandie.
- Faire naviguer ensemble, à la voile, en toute sécurité, le long de nos côtes.
- Promouvoir un nautisme de découverte de la nature et des hommes, respectueux des logiques environnementales pour des publics adultes.
- Allier nautisme, tourisme, culture et terroir.
- Faire travailler ensemble le monde de la plaisance et les opérateurs touristiques du territoire.
- Promouvoir la production des chantiers navals bas-normands.
- Faire de la Région Basse-Normandie une destination mer.

LES ACTIONS A MENER

1. Action A - Création du circuit : repérage terrain et choix des escales

Objectif : conception d'un produit adapté aux particularités et aux atouts du bassin de navigation

2. Action B - Mise en place des partenariats pour les animations aux escales

Objectif : associer à la navigation la découverte du territoire bas-normand

3. Action C - Communication et commercialisation

Objectif : visibilité et conquête des plaisanciers bas-normands

ACTION A - CREATION DU CIRCUIT

Objectif : conception d'un produit adapté aux particularités et aux atouts du bassin de navigation

4. Etape A4 - Identifier une personne titulaire d'un BEES, BPJEPS habitable, BPPV ou Capitaine 200.

Identifier également une ou deux personnes diplômées ou non, mais capable de naviguer en autonomie à bord d'un voilier de 5 à 8 mètres. Toutes ces personnes devront être motivées par le projet de développement des navigations en escadre.

5. Etape A2 - Rassembler le matériel nécessaire.

- Un semi-rigide pour l'encadrement personnalisé et pour assurer la sécurité de la flotte.
- Un voilier accompagnateur permettant d'ouvrir la route et accueillir des accompagnateurs.

6. Etape A3 - Trouver les sites les plus adaptés pour accueillir la flottille.

- Créer un circuit dont les étapes sont complémentaires et représentatives de la richesse de chaque bassin.
- Trouver des lieux insolites où les plaisanciers n'ont pas l'habitude de s'aventurer mais pour autant accessible et peu compliqué.
- Anticiper des trajets de repli en fonction des conditions météo.

7. Etape A4 - Repérer sur place des différents sites.

8. Etape A5 - Créer le carnet de la navigation en escadre.

Ce carnet est remis le premier jour aux participants. Il retrace le parcours réalisé, avec les extraits de cartographie, des photos des différents sites visités, les horaires de marées, le programme des visites, etc.

ACTION B - PARTENARIATS

Objectif : associer à la navigation la découverte du territoire bas-normand.

Faire travailler ensemble le monde de la plaisance et les opérateurs touristiques du territoire.

9. Etape B1 - Prendre les contacts.

Chaque commune repérée lors de l'action précédente de création du circuit, ainsi que les opérateurs touristiques référents du bassin doivent participer à la dynamique mise en place par ce produit.

10. Etape B2 - Rendre dynamique chaque escale par une animation à terre.

Repas, dégustation de produit locaux, visite d'un site avec un guide, animation musicale, etc.

11. Etape B3 - Négocier des partenariats.

Associer les acteurs touristiques locaux ainsi que les espaces portuaires d'accueil.

ACTION C - COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION

Objectif : visibilité et conquête des plaisanciers bas-normands.

12. Etape C1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables.

Charger ces responsables de l'opération de communication et en cas de besoin, recruter une personne supplémentaire (étudiant, stagiaire en BTS,...). Définir avec eux le nombre de jours et le temps passé par jour pour cette opération.

13. Etape C2 - Créer un flyer de promotion pour l'ensemble des circuits.

Le Flyer mettra en avant la complémentarités et la diversités des circuits.

14. Etape C3 - Définir les modes de distribution du flyer.

A priori la communication doit être réalisée largement avant le début de saison. C'est un produit qui se réserve à l'avance car il demande un peu d'organisation pour les plaisanciers (convoyage du voilier, avitaillement, etc.).

Lieux et cibles possibles : capitainerie, centres nautiques, marchés, grandes surfaces, office de tourisme, événement, associations de plaisanciers, chantiers d'hivernage, etc.

15. Etape C4 - Mettre en place un site web dédié avec réservation on line.

SUIVI D'ÉVALUATION

16. Evaluation de l'action A - Création du circuit

Étapes	1 point	2 points	3 points
A4 - Identifier une personne titulaire d'un diplôme approprié			
A2 - Rassembler le matériel nécessaire			
A3 - Trouver les sites les plus adaptés pour accueillir la flottille			
A4 - Repérer sur place des différents sites			
A5 - Créer le carnet de la navigation en escadre			

17. Evaluation de l'action B - Partenariats

Étapes	1 point	2 points	3 points
B1 - Prendre les contacts			
B2 - Rendre dynamique chaque escale par une animation à terre			
B3 - Négocier des partenariats			

18. Evaluation de l'Action C - Communication et commercialisation

Étapes	1 point	2 points	3 points
C1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables			
C2 - Créer un flyer de promotion pour l'ensemble des circuits			
C3 - Définir les modes de distribution du flyer			
C4 - Mettre en place un site web dédié avec réservation on line			

Total de l'action de progrès « la navigation en escadre » /20

PLANNING

19. Planning de l'action A - Création du circuit

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
A4 - Identifier une personne titulaire d'un diplôme approprié				
A2 - Rassembler le matériel nécessaire				
A3 - Trouver les sites les plus adaptés pour accueillir la				
A4 - Repérer sur place des différents sites				
A5 - Créer le carnet de la navigation en escadre				

20. Planning de l'action B - Partenariats

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
B1 - Prendre les contacts				
B2 - Rendre dynamique chaque escale par une animation à				
B3 - Négocier des partenariats				

21. Planning de l'Action C - Communication et commercialisation

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
C1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables				
C2 - Créer un flyer de promotion pour l'ensemble des circuits				
C3 - Définir les modes de distribution du flyer				
C4 - Mettre en place un site web dédié avec réservat° on line				

Carnet de route 5

La découverte des activités nautiques

« Les balades nautiques »

LE CONCEPT

La découverte des activités nautiques à destination du plus grand nombre passe par la mise en place de « **balades nautiques** » sur un support utilisé comme moyen de promenade dans l'environnement naturel et patrimonial du site, où la performance technique ne doit pas être une finalité. Les supports doivent être d'accès facile.

Ces balades en mer mettent en avant la découverte des sites littoraux, lacustres ou de rivières. L'apprentissage d'une technique n'est pas le but premier mais les sensations ne sont pas exclues du programme. Les bateaux sont fournis par les ports de plaisance ou les loueurs du secteur.

La performance technique n'est aucunement visée. Les sorties comprennent des pauses ou escales, des temps d'exploration, des trajets de navigation pas trop longs.

Les activités proposées peuvent être d'une durée variable. Une heure, une demi-journée, une journée entière, voire quelques jours.

Les « balades nautiques » sont axées sur l'humain, c'est la relation avec le marin « du coin » qui est au cœur du produit.

Ce produit, créé en Bretagne et adapté au littoral français, a également l'intérêt de ne pas tout réinventer mais simplement **d'utiliser et de structurer l'existant** :

- Un site exceptionnel : une île, un phare, une rivière, une histoire maritime, etc.
- Un support nautique : un voilier moderne ou traditionnel mais pourquoi pas aussi un kayak, un stand-up paddle, ou encore un bateau à propulsion électrique.
- Un encadrant diplômé et formé à l'environnement, avec une connaissance du patrimoine local.

PRE-REQUIS

Les recommandations

La haute saison commence au 1^{er} juin et s'arrête au 30 septembre, le produit « balades nautiques » doit être proposé plusieurs fois par semaine en haute saison et plus ponctuellement sur les bords de saison en avril/mai et en octobre.

Le pilote doit accompagner le prestataire dans la mise en place du produit sur le terrain, dans la communication produit et dans l'ajustement du produit d'une année sur l'autre.

Votre état d'esprit

Un engagement : vous n'avez pas le droit de dire que vous êtes complets. Soyez capable de créer un créneau supplémentaire si besoin : exemples : créer une sortie sur l'heure du déjeuner ou le soir, raccourcir les créneaux existants, etc.

Vous devez planifier les sorties en amont de la saison et le calendrier doit impérativement être tenu, quelque soit le nombre de participants. Pour une meilleure visibilité, préférez des horaires de sorties fixes.

Favorise l'accès à l'eau au plus grand nombre :

A des publics :

- Non nautique et non sportif
- Des femmes
- Les 30-50 ans, un public plus âgé que la moyenne d'âge des pratiquants en centre nautique mais plus jeune que les propriétaires de bateaux.
- En famille, tout âge

A un coût réduit (en moyenne 30€ la demi-journée)

L'embarquement est immédiat et correspond parfaitement au mode de pratique actuel : réservation de dernière minute de séjours courts avec activité.

Prescripteur d'une activité nautique régulière

Les « balades nautiques » facilitent un premier contact avec le milieu maritime, avec un objectif partagé de découvrir le territoire bas-normand côté mer. Il n'est pas anodin d'aller sur l'eau, mais cette première expérience faite, 60 % des clients déclarent vouloir pratiquer une activité nautique régulièrement.

Ce produit facilite la lisibilité de l'offre nautique par les acteurs du tourisme, non spécialistes du nautisme.

LES ACTIONS A MENER

1. Action A - L'encadrement

Objectif : ultra-qualité du produit grâce à un encadrant diplômé et spécialisé dans l'environnement

2. Action B – Mise en place du contenu

Objectif : conception et réalisation d'un produit adapté au site et aux clientèles

3. Action C – Communication et commercialisation

Objectif : visibilité et conquête de nouveaux clients

ACTION A - L'ENCADREMENT

Objectif : produit «haut de gamme» grâce à un encadrant diplômé et spécialisé dans l'environnement.

4. Etape A1 - Identifier une personne titulaire d'un BEES, BPJEPS, BPPV ou Capitaine 200.

5. Etape A2 - Former l'encadrant aux compétences environnementales.

Soit au titre d' « Accompagnateur Nautique », c'est le premier degré de compétences liées à l'environnement naturel et patrimonial. Cela correspond aux compétences travaillées et évaluées en UC 10 du BPJPS, c'est à dire une bonne culture générale liée à l'environnement et la bonne connaissance d'un site (au choix). L'intervenant peut déjà avoir ses compétences, elles seront alors seulement vérifiées.

Soit à une qualification supérieure appelée « Guide Nautique ». Cette unité de compétence complémentaire du BPJEPS peut être obtenue soit dans le cadre d'une formation (environ 100h de formation), soit en suivant l'évaluation finale. Les compétences demandées sont basées sur 3 thèmes :

- Connaissances environnementales
- Mise en place d'un projet de découverte de l'environnement
- Conception et réalisation d'un outil pédagogique adapté au site

ACTION B - LE CONTENU

Objectif : conception et réalisation d'un produit adapté au site et aux clientèles.

6. Etape B1 - Choisir le site le plus adapté à la balade.

Intérêt environnemental, naturel, patrimonial, faune, flore, etc.

7. Etape B2 - Choisir le support nautique le plus adapté pour évoluer dans cet environnement.

8. Etape B3 - Définir précisément le circuit réalisé.

Définir également différents scénarios en fonction des conditions météo, les éventuelles escales, le contenu historique et patrimonial apporté, le contenu environnemental et maritime, éventuellement une dégustation de produit locaux, un pot.

Objectif : visibilité et conquête de nouveaux clients.

9. Etape C1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables.

Charger ces responsables de l'opération de communication et en cas de besoin, recruter une personne supplémentaire (étudiant, stagiaire en BTS,...). Définir avec eux le nombre de jours et le temps passé par jour pour cette opération.

10. Etape C2 - Créer un flyer de promotion.

Le flyer est formaté pour intégrer une charte graphique commune sur la Région afin de faire « effet de masse ».

11. Etape C3 - Définir les lieux de distribution du flyer.

A priori le samedi, jour de début des locations touristiques. Lieux possibles : plages, marchés, ports, grandes surfaces, campings, hôtels, bars, OT, parkings, lieux d'événements.

12. Etape C4 - Mettre en place un partenariat avec l'Office du Tourisme.

Négocier une aide opérationnelle, financière et de commercialisation du produit. S'assurer qu'il n'y aura pas de recouvrement mais bien une synergie. L'ensemble du personnel de l'OT doit avoir testé la prestation.

13. Etape C5 - Mettre en place une veille téléphonique et non un répondeur.

Désigner une personne chargée de répondre au téléphone. Être soucieux de l'accueil des prospects.

Penser à annoncer régulièrement les dates de sorties dans les médias : presse et radios locales, etc.

SUIVI D'ÉVALUATION

14. Evaluation de l'action A - L'encadrement

Étapes	1 point	2 points	3 points
A1 - Identifier une personne titulaire du diplôme requis			
A2 - Former l'encadrant aux compétences environnementales			

15. Evaluation de l'action B - Le Contenu

Étapes	1 point	2 points	3 points
B1 - Choisir le site le plus adapté à la balade			
B2 - Choisir le support nautique le plus adapté			
B3 - Définir précisément le circuit réalisé			

16. Evaluation de l'Action C - Communication et commercialisation

Étapes	1 point	2 points	3 points
C1 - Identifier dans la structure un ou deux responsables			
C2 - Créer un flyer de promotion			
C3 - Définir les lieux de distribution du flyer			
C4 - Mettre en place un partenariat avec l'Office du Tourisme			
C5 - Mettre en place une veille téléphonique			

Total de l'action de progrès « la navigation en escadre » /20

PLANNING

17. Planning de l'action A - C

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4

18. Planning de l'action B - G

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4

19. Planning de l'Action C -

Etapes	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4