



La filière nautique en Martinique, un acteur économique incontournable

Des axes de réflexion comme contribution au développement économique de la Martinique



Archipels conseil
8 rue du bel air - 77500 Chelles

Maryse Pagnano
maryse.pagnano@archipels-conseil.com
Tél. 06.09.40.98.77

Une civilisation, quel que soit son génie intime, à se replier sur elle-même, s'étiole.

Aimé Césaire
Discours sur le colonialisme

Sommaire

1 - QUELQUES POINTS DE REPERES AU NIVEAU FRANÇAIS	6
2 – UN SECTEUR ECONOMIQUE COMPLEXE	7
2.1 - Le périmètre métiers de l'étude	7
2.2 – Le périmètre géographique de l'étude	8
3 – UNE ANALYSE DE LA STRUCTURATION ECONOMIQUE DE LA FILIERE	10
3.1 – La répartition géographique des entreprises	10
3.2 – Le poids économique des entreprises	11
3.3 – Un regard sur les salariés et les chefs d'entreprise	13
3.4 – Les pratiques de recrutement et de formation	14
4 – CONNAITRE L'ENVIRONNEMENT DANS LEQUEL S'INSCRIT LE NAUTISME MARTINICAIS	16
4.1 - Un marché du travail en inadéquation avec les besoins en compétences des entreprises	16
4.2 - La pratique des sports nautiques en club qui diminue	17
4.3 – Une flotte de bateaux dont l'évolution est en dent de scie	18
4.4 – Un environnement concurrentiel sur la caraïbe qui s'accroît	20
4.5 – Une clientèle qui évolue et dont les besoins changent	22
5 – DES PROPOSITIONS POUR SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE NAUTIQUE EN MARTINIQUE.	25
5.1 – Objectif 1 : Monter en qualité de services	25
5.1.1 - Innover pour adapter les services aux nouvelles attentes des plaisanciers et aux marchés à capter	25
5.1.2 – Faire des infrastructures existantes, de réels moyens de développement	26
5.1.3 – Disposer des compétences pour développer les entreprises	27
5.2 – Objectif 2 : Rester compétitifs en matière de coûts	29
5.2.1 - Le foncier	29
5.2.2 - La fiscalité et les taxes	29
5.2.3 - Adapter la réglementation du travail aux spécificités du nautisme	30
5.3 - Objectif 3 : Faire bouger l'image de destination technique	30
5.3.1 - L'accueil	30
5.3.2 – La plaisance verte	30
6 - EN CONCLUSION : CE QU'IL FAUT RETENIR	32

Préambule

La Martinique Yachting Association et la Fédération des Industries Nautiques se sont associées pour réaliser une étude dont le but d'apporter un regard global actualisé sur la problématique du nautisme en Martinique (besoin des entreprises, compétitivité, emploi, formation, ...) et de porter auprès des institutions des pistes d'actions permettant la valorisation et le développement de ce secteur et ainsi contribuer au développement du territoire.

Le potentiel de développement du secteur du nautisme s'inscrit dans un contexte fortement contraint du fait de l'insularité et de ses conséquences sur le contexte territorial, économique et social en Martinique :

- Les difficultés auxquelles les entreprises sont confrontées pour satisfaire leurs besoins en matière de personnel (construction, maintenance, préparation, accueil, commercialisation, ...). Ceci malgré un chômage toujours élevé et qui touche particulièrement les jeunes.
- Le potentiel de formation techniques spécifiques au secteur du nautisme particulièrement réduit.
- La modification (ou la variabilité) de la réglementation en matière fiscale qui freine les investissements.
- Des problématiques environnementales à ne pas négliger.
- Et enfin, la concurrence qui s'accroît avec les îles proches bénéficiant de budgets de d'investissement dans le secteur nautique particulièrement importants (Sainte Lucie, Grenade, ...)

Pour autant, des projets de développement en lien avec le domaine maritime existent. Conscientes du potentiel de cette filière en matière d'emploi, le conseil régional et les communautés d'agglomérations, la CAESM (sud) et la CACEM (centre), les communes agissent et initient des projets en lien avec la mer :

- L'ouverture de la marina de l'Etang Z'abricot et sa complémentarité en devenir avec le port de plaisance du Marin et des Trois Ilets
- Investissements lourds pour la rénovation de la zone de carénage du Marin
- Préservation de l'environnement par la mise en œuvre d'un projet de Gestion Intégrée des Zones Côtières (Contrat de baie Marin / Sainte Anne)

- Projets de développement d'infrastructures respectueuses de l'environnement (mouillage forains, ports à sec)
- Etude de faisabilité de projets de développement de la grande plaisance au Marin
- ...

Par ce document, qui est le rendu des professionnels qui ont participé à l'étude, la Martinique Yachting Association et la Fédération des Industries Nautiques Antilles et les entreprises qu'elles représentent souhaitent être forces de propositions et démontrer leur implication dans le développement du secteur du nautisme et leur engagement dans le développement économique de la Martinique.

1 - Quelques points de repères au niveau français

La France occupe une place de tout 1^{er} ordre dans le monde du nautisme, elle est le leader mondial de la voile et de la glisse et le 4e producteur de bateaux à moteur¹.

L'industrie et les services nautiques en France c'est :

- 4,26 milliards d'euros de chiffre d'affaire global
- 5 109 entreprises dans 30 secteurs d'activité différents
- 39 699 salariés
- 44 580 bateaux produits, pour un chiffre d'affaire de 739 millions d'euros
- 72,4% de la production exportée

La production française de bateaux, c'est (en pourcentage du chiffre d'affaires) :

- 51% de voiliers, pour un chiffre d'affaire de 441,5 millions d'euros
- 45% de bateaux à moteurs, pour un chiffre d'affaire de 286,1 millions d'euros
- 4% de bateaux de plaisance divers (kayaks, avirons de mer, etc.)

L'Outre Mer occupe une place important dans la répartition des ventes Monde (exportation) :

- Amérique, Asie et le Moyen Orient : 41%
- Union européenne (hors France) : 31%
- **France (métropole et Outre-mer) : 28%**

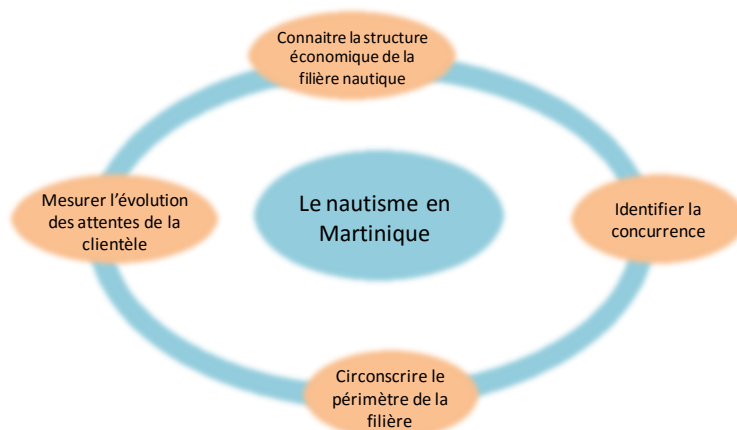
Les régions les plus dynamiques en France (en pourcentage du chiffre d'affaires global) :

- Grand Ouest : 34,3%
- Méditerranée : 34,2%
- Atlantique sud : 17,1%
- Nord Est : 13,5%
- **Outre Mer : 1%**

¹ Source Fédération des Industries Nautiques

2 – Un secteur économique complexe

Cerner l'économie de la filière nautique en Martinique présente une certaine complexité. Cette complexité se retrouve à différents niveaux, celui des contraintes de l'insularité en matière d'emploi, de formation, de coûts, celui de l'ouverture et de l'inscription dans un espace géographique concurrentiel fort couvrant l'ensemble de la caraïbe, celui du nombre important des métiers de la filière, celui de la compétitivité, ...



Il constitue par ailleurs un secteur d'activité économique particulièrement difficile à identifier dans les statistiques nationales (INSEE, DARES, Pôle Emploi, ...). Pour autant il représente un poids économique non négligeable en particulier en Martinique, c'est ce que cette étude souhaite mettre en avant.

2.1 - Le périmètre métiers de l'étude

Les statistiques publiques ne permettant pas d'estimer le poids économique de la filière nautique, il a donc été nécessaire dans un premier temps de cerner le périmètre de l'étude.

Pour ce faire, il a été convenu de :

- Limiter l'étude au secteur des industries nautiques et en particulier à la plaisance, ce qui exclut la réparation navale.
- De s'intéresser uniquement aux métiers spécifiques à la plaisance, ce qui exclut les métiers connexes de type administratifs, sécurité, ...
- D'ouvrir le périmètre aux secteurs d'activités directement lié au nautisme, à savoir les métiers spécifiques des ports de plaisance et de carénage.

La Fédération des Industries Nautiques identifie 11 grands domaines de production :

- Les constructeurs
- La maintenance

- Les équipementiers
- Les motoristes
- Les loueurs fluviaux
- Les loueurs maritimes
- Le négoce
- Les services
- La grande plaisance
- Les sports de glisse
- Les sports de pleine nature

L'étude porte sur un champ plus restreint du fait des spécificités du territoire martiniquais et ainsi n'ont pas été retenues les entreprises des domaines des équipementiers, des motoristes (entendu comme constructeurs moteur), des loueurs fluviaux, n'existant pas sur le territoire. De même ont été exclus les domaines des sports de glisse et des sports de pleine nature. Le domaine de la grande plaisance est considéré comme un domaine transversal.

Les domaines retenus recouvrent une très grande diversité de métiers, qui demandent généralement un bon niveau de maîtrise et un savoir faire qui s'acquiert par l'expérience. La liste ci-dessous illustre la filière métier en Martinique tels que retenus pour l'étude.

Constructeur	Maintenance	Négoce	Service	Loueurs	Carénage	Ports
<ul style="list-style-type: none"> • Architecte naval • Chargé d'études • Dessinateur projeteur naval 	<ul style="list-style-type: none"> • Mécanicien inboard, hors-bord • Electricien • Technicien de maintenance électronique • Technicien de maintenance clim et froid 	<ul style="list-style-type: none"> • Vendeur en produits pour la plaisance et le nautisme • Vendeur bateau 	<ul style="list-style-type: none"> • Skipper • Hôtesse de bord • Moniteur permis bateau • Agent d'accueil • Livreur en produits alimentaires, avitaillement • Expert 	<ul style="list-style-type: none"> • Commercial • Chef de base nautique 	<ul style="list-style-type: none"> • Grutier / Pontier élingueur 	<ul style="list-style-type: none"> • Agent de quai
<ul style="list-style-type: none"> • Charpentier bois et métallique • Monteur - assembleur • Chaudronnier – tôlier • Soudeur • Peintre • Stratifieur mouliste • Gréeur • Voilier • Sellier 		<ul style="list-style-type: none"> • Chef d'entreprise • Chef d'atelier 				

2.2 – Le périmètre géographique de l'étude

Conduire une étude sur le nautisme en Martinique impose de porter un regard au-delà du territoire lui-même, à savoir l'ensemble de l'arc Caraïbe pour ce qui est de l'analyse de la concurrence.

En effet, la particularité de la clientèle de bateau est d'aller d'escales en escales, et de sillonner l'arc Caraïbe. La Martinique, étant positionnée au centre de cet arc, constitue d'ores et déjà une des haltes importantes, reconnue en particulier du fait de son savoir faire technique en matière de nautisme. Une de ses ambitions est d'attirer davantage de bateaux en particulier capter une partie du marché de la grande plaisance.

La réflexion sur le développement économique des entreprises et de la Martinique doit donc s'inscrire dans une réflexion sur un territoire plus vaste que le seul département.

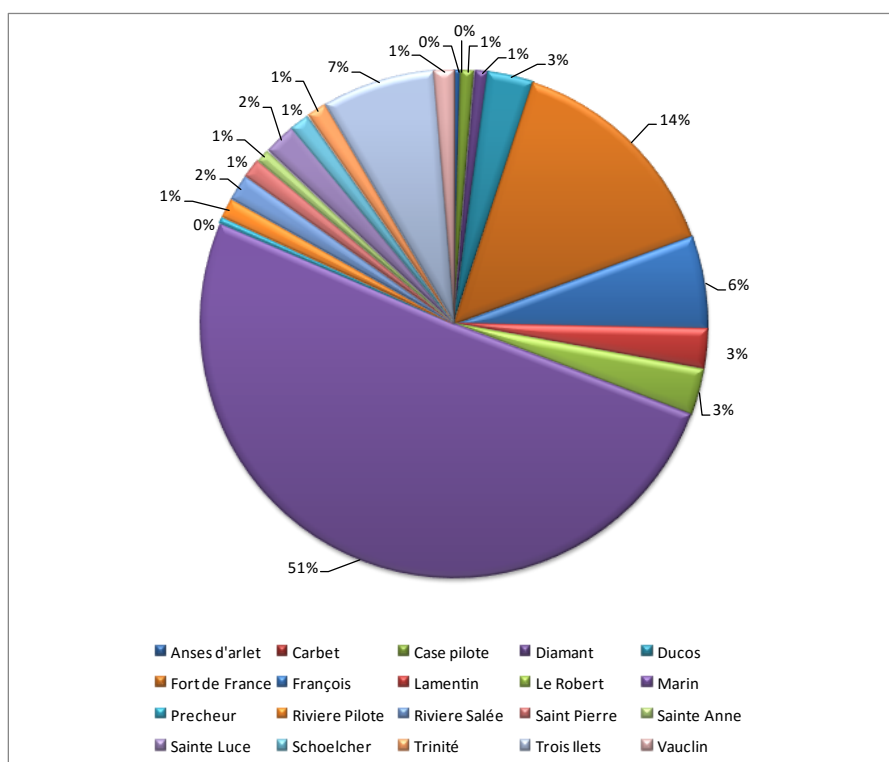
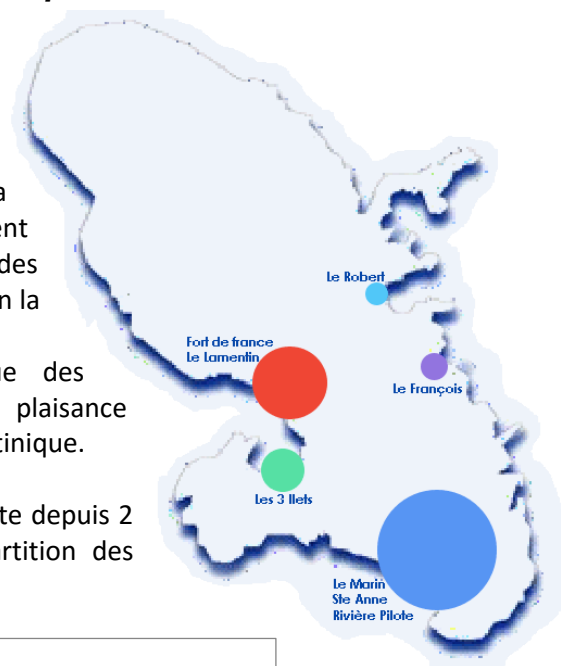
3 – Une analyse de la structuration économique de la filière

Ces données ont été recueillies grâce à la participation active des chefs d’entreprises. Plus de 120 entreprises ont répondu à l’enquête que ce soit lors d’entretiens de face à face, d’entretiens téléphoniques ou via une enquête en ligne. Cela constitue un peu plus de 45% des entreprises recensées².

3.1 – La répartition géographique des entreprises

Le Marin concentre plus de 50% des entreprises de la filière nautique. Puis ensuite viennent respectivement les communes de Fort de France avec 14 % des entreprises, des 3 Ilets avec 7% des entreprises et enfin la commune du François avec 6% des entreprises. On constate que cette répartition géographique des entreprises correspond aux marinas et ports de plaisance implantés depuis longtemps sur le territoire de la Martinique.

Pour le moment la marina de l’Etang Z’Abricot, ouverte depuis 2 ans, n’a pas eu d’effet sur le nombre ou la répartition des entreprises du nautisme.



² CF. chapitre 3.2 – Le poids économique des entreprises

3.2 – Le poids économique des entreprises

Dénombrer les entreprises s'est avéré un exercice particulièrement difficile puisque, ainsi que nous l'avons évoqué précédemment, les codes NAF, y compris dans les sous-classes, ne s'avèrent pas du tout adaptés.

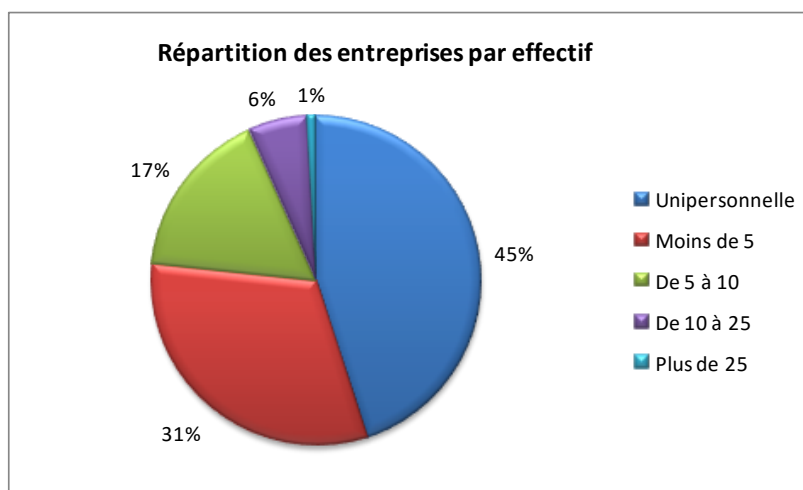
A titre d'exemple, une recherche des entreprises du domaine de la réparation d'électronique d'aide à la navigation nous amène à une sous classe comprenant l'ensemble des entreprises de :

- la réparation et l'entretien d'équipements d'aide à la navigation
- la réparation et l'entretien d'instruments de contrôle des émissions des véhicules à moteur
- la réparation et l'entretien d'instruments météorologiques
- la réparation et l'entretien d'instruments d'essai et de contrôle des propriétés physiques, électriques et chimiques
- la réparation et l'entretien d'instruments de géodésie
- la réparation et l'entretien de détecteurs et de moniteurs de radiation
- la réparation et l'entretien de détecteurs de mines
- la réparation de microscopes (optiques, électronique et protoniques)
- la réparation et l'entretien de compteurs de temps et d'horloge de type professionnel
- la réparation de jumelles
- la réparation de télescopes
- la réparation de prismes et lentilles (sauf ophtalmiques)
- la réparation de matériel photographique
- la réparation et l'entretien d'appareils d'imagerie par résonance magnétique
- la réparation et l'entretien d'appareils médicaux à ultrasons
- la réparation et l'entretien des stimulateurs cardiaques
- la réparation et l'entretien d'appareils pour faciliter l'audition
- la réparation et l'entretien des électrocardiographes
- la réparation et l'entretien d'appareils électromédicaux pour techniques endoscopiques
- la réparation et l'entretien d'appareils pour irradiations

Nous avons donc procédé de manière plus pragmatique en nous appuyant sur les entreprises référencées dans la revue « Ti Ponton », en interrogeant les responsables de marinas et ports de plaisance pour leur connaissance des entreprises intervenant sur leur périmètre, et enfin, en nous appuyant sur Eric Vasse dont la connaissance des entreprises de Martinique a été essentielle.

A ce jour, nous estimons le nombre d'entreprises de la filière nautique en Martinique à environ 260.

Il s'agit pour près de 93% d'entre elles, d'entreprises de moins de 10 salariés et dont 45% sont des entreprises unipersonnelles.



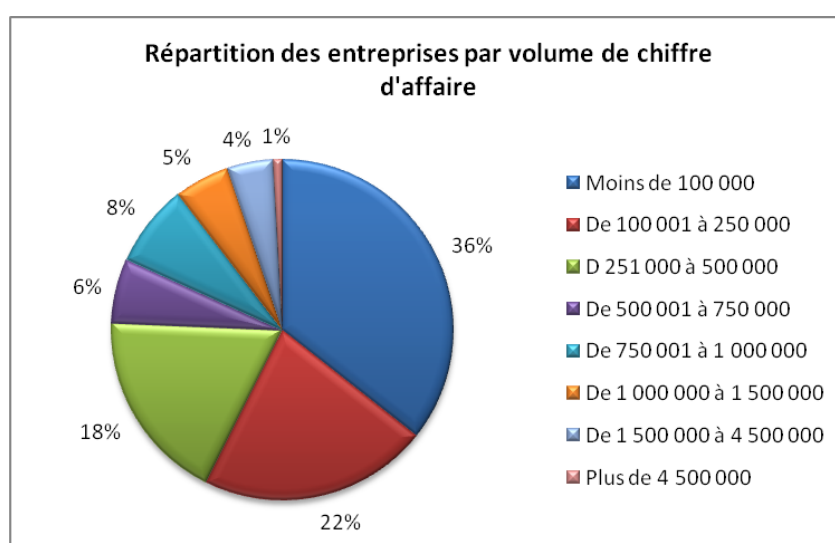
Afin d'estimer le poids économique de la filière, nous avons interrogé les chefs d'entreprise sur leur chiffre d'affaire.

Pour préserver la confidentialité de ces données, le choix a été fait de proposer aux entreprises de se positionner dans des fourchettes de chiffre d'affaire.

Les fourchettes proposées sont les suivantes :

- Moins de 100 000 €
- De 100 001 € à 250 000 €
- De 251 000€ à 500 000 €
- De 500 001€ à 750 000 €
- De 750 001€ à 1 million €
- De 1 million € à 1,5 millions €
- De 1,5 millions € à 4,5 millions €
- Plus de 4,5 millions €

Le poids estimé de l'ensemble de la filière nautique en Martinique est d'environ 63 000 000 €.

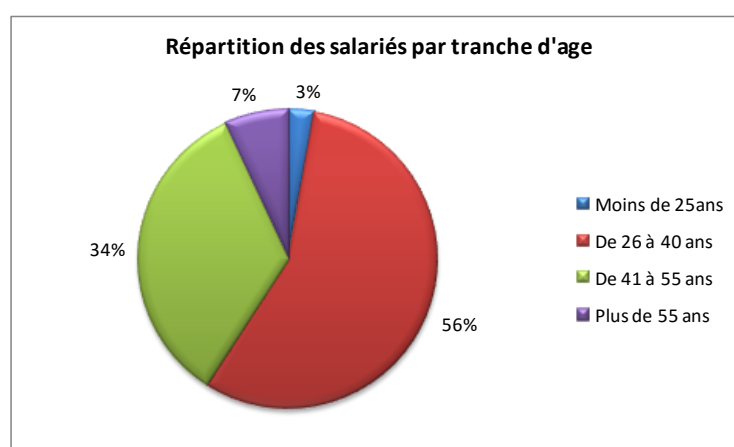


On constate que près de 71% du poids économique de la filière repose sur les entreprises dont le chiffre d'affaire se situe entre moins de 100 000 € et 500 000 € avec plus d'1/3 du chiffre d'affaire global porté par des entreprises réalisant un CA de moins de 100 000 €.

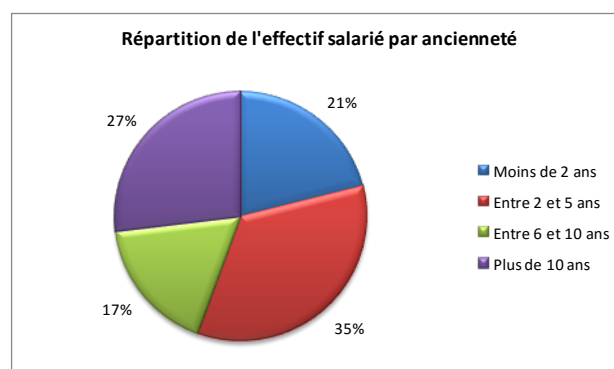
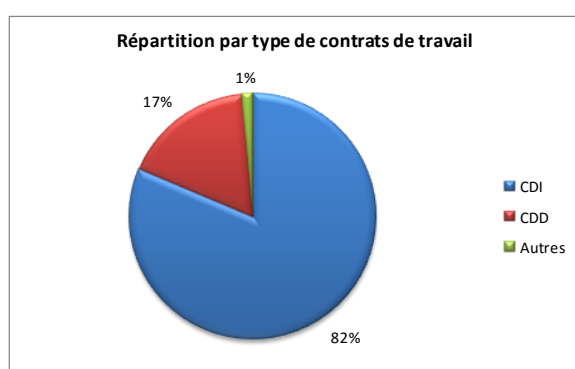
3.3 – Un regard sur les salariés et les chefs d'entreprise

Le nombre de professionnels intervenant dans les entreprises de la filière nautique est estimé à environ 900 (emplois directs).

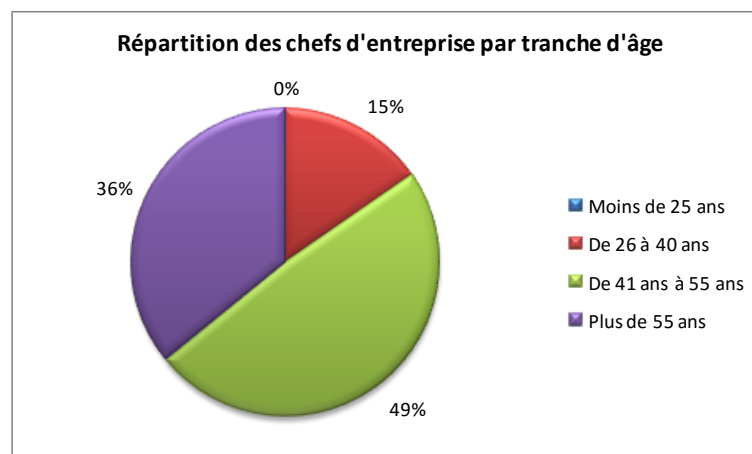
C'est une profession très majoritairement masculine avec près de 70% d'hommes. La majorité de ces professionnels se situent dans une tranche d'âge de 25 à 40 ans. La courbe des âges présente une structure relativement équilibrée.



Il est à noter que les entreprises de la filière nautique proposent des emplois stables puisque 82% des salariés ont un Contrat à Durée Indéterminée et que près de 45% ont plus de 6 ans d'ancienneté.



Concernant les chefs d'entreprises, leur pyramide des âges est particulièrement déséquilibrée avec plus d'1/3 de professionnels se situant dans la fourchette des plus de 55 ans.



Une véritable question se pose de la relève de ces chefs d'entreprise. Il s'agit à la fois :

- De mesurer la perte de compétences, en effet, parmi ces 36% de chefs d'entreprises de plus de 55 ans, un peu plus de 7% d'entre eux sont à la tête d'entreprises unipersonnelles. Lorsqu'ils partiront à la retraite, leur entreprise fermera et leur compétence disparaîtra.
- D'amener suffisamment de martiniquais ayant des compétences en management et en gestion d'entreprises vers le secteur du nautisme afin de prendre la relève des autres chefs d'entreprise.

3.4 – Les pratiques de recrutement et de formation

Le recrutement

La quasi-totalité des entreprises recrute par la voie du « bouche à oreille » et une part plus réduite en examinant les candidatures spontanées.

Les chefs d'entreprises ayant répondu à l'enquête disent s'en remettre à leur réseau pour le recrutement car ils constatent une faible adéquation des profils des candidats à leur besoin. A une très large majorité ils pointent aussi la faible motivation des candidats se présentant (Pôle Emploi, candidatures spontanées, ...). Ils indiquent que ce problème de motivation est déjà largement présent lorsqu'ils accueillent des stagiaires, « *les jeunes qui passent disent « je cherche un stage » sans autre précision. Il faut leur demander le domaine, le niveau de formation, parfois ils vont même jusqu'à dire, je veux un stage où il n'y a pas trop de travail. Parfois, ce sont les mères qui se présentent parce que leurs enfants ne font pas la démarche !* ».

La formation

Seules 10% des entreprises ayant répondu disent avoir formé leurs salariés ces 3 dernières années. Les entreprises forment en majorité leurs salariés sur des domaines techniques, une plus petite part des formations porte sur l'anglais et la sécurité.

L'intégralité des entreprises disent avoir de très grosses difficultés à former leur personnel elles évoquent :

- L'inexistence de formations techniques adaptées à leur besoins en Martinique
- La quasi impossibilité de faire partir leurs salariés en Métropole pour suivre des formations compte tenu des coûts
- Le manque de soutien des OPCA (Organismes Paritaires Collecteur Agréé), la lenteur et l'opacité de leurs décisions

A défaut de trouver des formations en Martinique, les entreprises qui le peuvent envoient en majorité leurs salariés se former chez leurs fournisseurs.

Dans la majorité des cas, les entreprises semblent avoir « baissé les bras » concernant les formations, quelques voix s'élèvent pour donner des pistes, « *on devrait faire des échanges avec les îles anglophones, nous on les forme en technique et on y va pour des formations en anglais* », ou encore « *à une époque on intervenait dans des stages de formation, on était rémunérés pour la formation dispensée, il faudrait remettre ça en place* ».

On le constate, les idées ne manquent pas. La difficulté pour ces professionnels est de s'organiser pour faire aboutir ces projets.

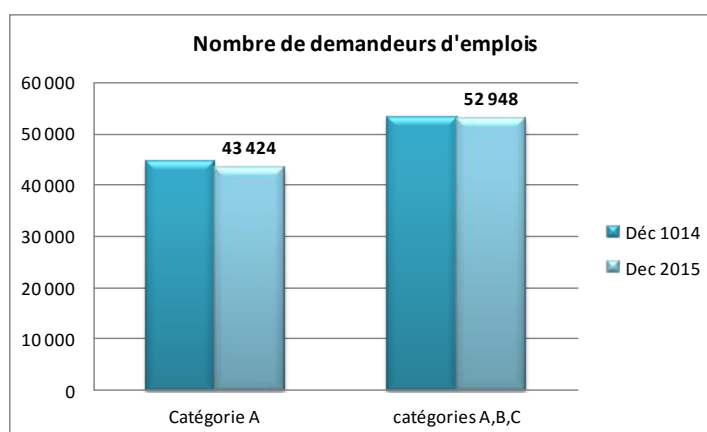
4 – Connaître l'environnement dans lequel s'inscrit le nautisme martiniquais

4.1 - Un marché du travail en inadéquation avec les besoins en compétences des entreprises

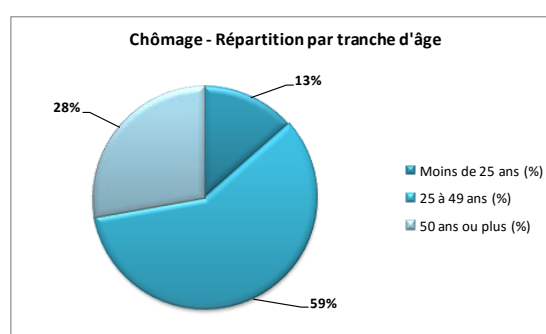
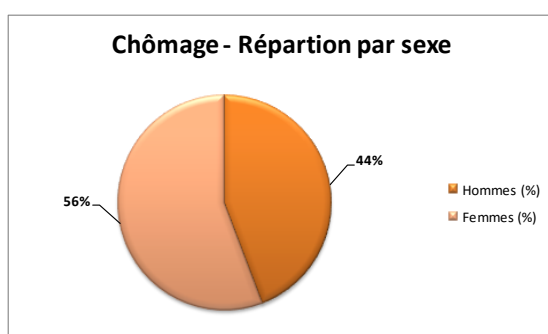
La structure économique de la Martinique est caractérisée par une sous représentation de l'industrie et une surreprésentation de la construction (bâtiment) et des services, avec en première place les services administrés (état, collectivités locales, établissement publics locaux).

Les compétences professionnelles des demandeurs d'emploi sont représentatives de cette structure économique.

Même si la tendance du nombre de demandeurs d'emploi toutes catégories est en diminution, le taux de chômage est élevé en Martinique³.



Il touche particulièrement les femmes qui représentent 56% des demandeurs d'emploi. Les jeunes de moins de 25 ans représentent près de 28%. Il s'agit en grande partie de jeunes assez peu qualifiés.



Le marché du travail étant particulièrement difficile, les entreprises nous disent recevoir de très nombreux CV de jeunes dont les compétences ne sont pas en adéquation avec leurs

³ Source DIECCTE Martinique / Pôle Emploi - Décembre 2015

besoins, et pour bon nombre peu préparés à intégrer le monde de l'entreprise, même si une partie d'entre eux se dit prête à prendre « n'importe quel travail ».

Pour qu'ils constituent un vivier de professionnels potentiel, il est indispensable de les former, en dehors de cette condition, ces jeunes ont peu de chance de pouvoir intégrer le secteur du nautisme constitué de très petites entreprises :

- Dont les métiers sont très spécialisés et qui n'ont pas les moyens de former longuement au poste de travail des jeunes non qualifiés.
- Où il est nécessaire de connaître le monde de la mer, au-delà de l'aspect technique proprement dit des métiers. Ce qui passe en particulier par le fait d'avoir navigué.

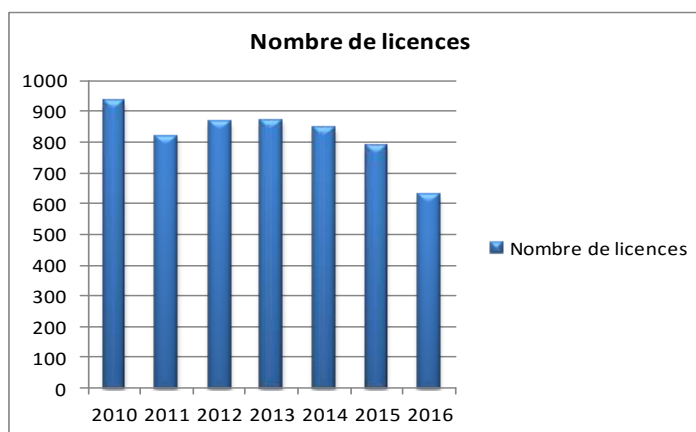
Force est de constater que la profession se retrouve dans un cercle vicieux où, il est indispensable de former des jeunes et de futurs chefs d'entreprises dans la filière nautique sur un territoire où le système de formation existant est inadapté.

4.2 - La pratique des sports nautiques en club qui diminue⁴

Une des constantes dans le discours des entreprises est l'affirmation qu'il est nécessaire, pour travailler dans le milieu du nautisme, d'avoir un minimum de pratique de la mer que ce soit sur bateaux à moteur ou sur voiliers.

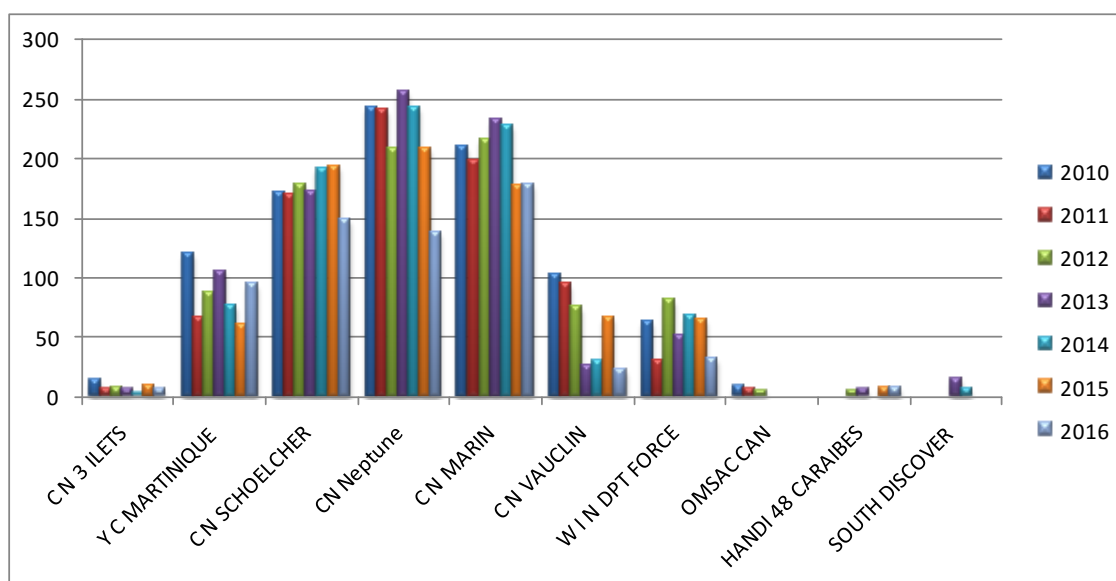
Même si il est exagéré de dire que cela doit être le cas pour l'ensemble des métiers recensés, Il semble malgré tout intéressant d'avoir un regard sur les pratiques nautiques en Martinique.

On constate depuis 2013 une baisse constante du nombre de licenciés dans les clubs nautiques de la Martinique qui ont perdu depuis 2010 près d'1/3 de leurs membres.



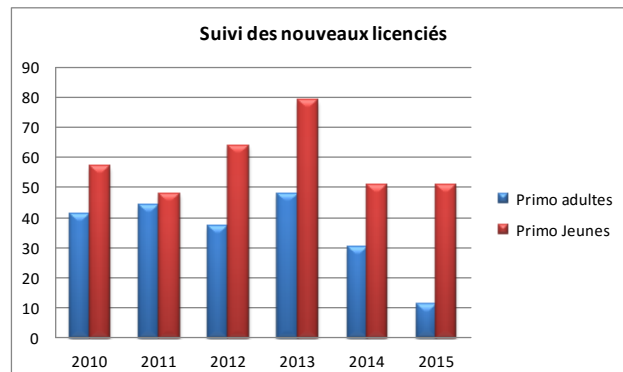
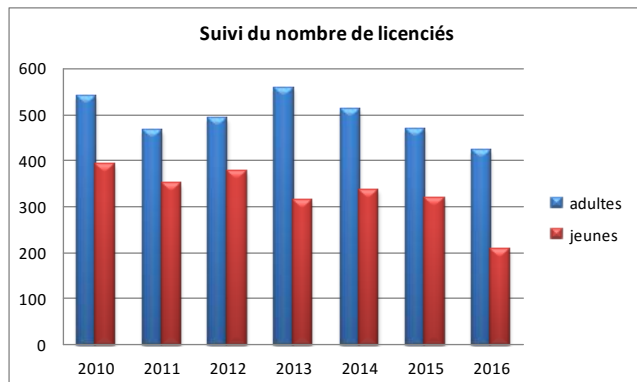
⁴ Source Fédération Française de Voile

Cela s'avère être une donnée constante pour l'ensemble des clubs de Martinique.



Plus inquiétant, cette baisse de licenciés affecte de manière plus importante les jeunes dont le nombre a diminué de près de 50% en 6 ans.

D'autre part, le renouvellement du nombre de jeunes est faible puisqu'il s'établit à 50 nouveaux licenciés par ans, ceci de manière stable depuis 2 ans.



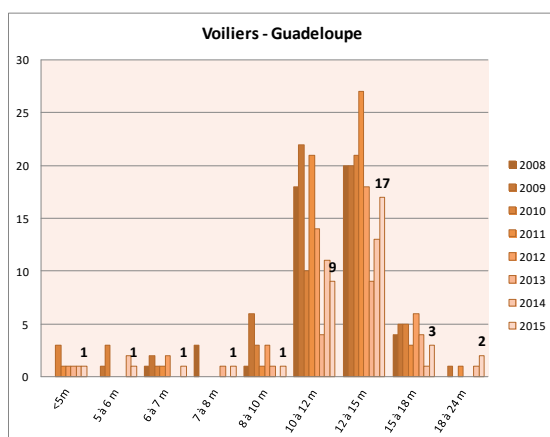
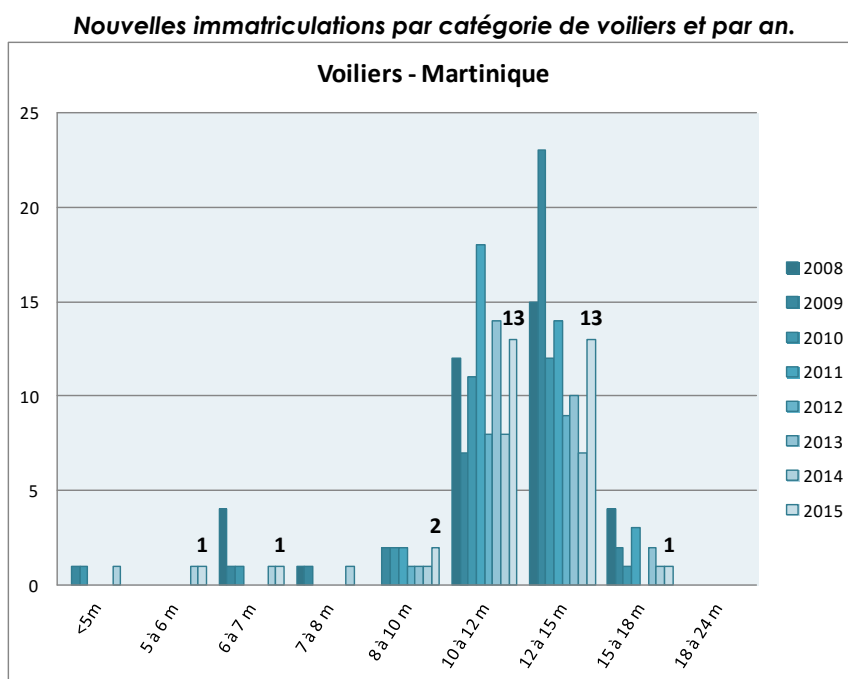
Ce constat met en évidence une réelle difficulté car c'est en formant aujourd'hui des jeunes au plaisir et à la passion de la navigation, en les sensibilisant au monde de la mer, que demain les portes aux métiers du nautisme leur seront aisément ouvertes.

4.3 – Une flotte de bateaux dont l'évolution est en dent de scie⁵

Les éléments ci-dessous sont inclus à l'étude pour information. Les volumes concernés étant petits, et les variations très faibles, il nous est impossible de produire une analyse quelconque.

⁵ Source Ministère de l'Environnement, du Développement Durable et de l'Ecologie

Si on la compare à celle de la métropole, la structuration de la flotte martiniquaise est caractérisée par une sur-représentation des voiliers de 10 à 15 mètres. On constate une diminution régulière du nombre de nouvelles immatriculations depuis 2009. L'année 2015 semble, malgré tout, marquer une certaine reprise avec plus de 15 bateaux nouvellement immatriculés.



Le schéma des nouvelles immatriculations en Guadeloupe présente une structure équivalente. Même si globalement le nombre d'immatriculation est plus important.

Ce chiffre est à tempérer puisque les professionnels en Martinique nous indiquent immatriculer une partie de leurs bateaux en Guadeloupe du fait d'une taxe d'octroi de mer moins élevée en Guadeloupe.

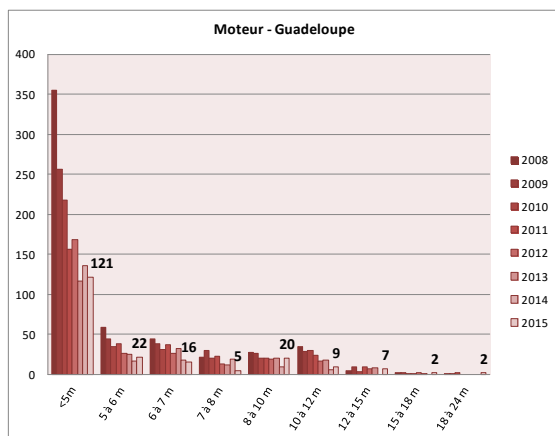
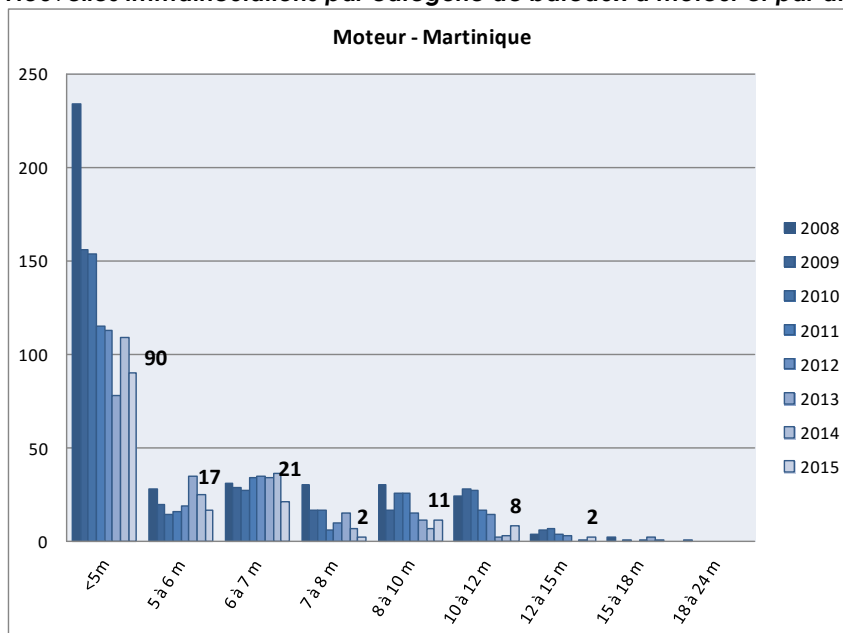
Concernant les nouvelles immatriculations des bateaux à moteur, la structuration du secteur présente un schéma sensiblement identique à celle de la métropole. On constate une diminution constante du nombre de nouvelles immatriculations, à l'exception des bateaux de 6 à 7 mètres relativement stable.

Les professionnels du motonautisme qui ont répondu à l'enquête nous ont fourni essentiellement des données quantitatives. Nous ne pouvons émettre que des hypothèses sur le fonctionnement de ce marché :

- Il semble que ce marché soit un marché davantage intra-Martinique à la différence des voiliers

- La forte baisse constatée sur les données des navires de moins de 5 mètres est peut-être explicable par la baisse des immatriculations des VNM ? Dues à l'entrée en vigueur d'une nouvelle taxation en 2013 ? Dues à une baisse du pouvoir d'achat ?
- La baisse régulière sur toutes les catégories de taille de navire est-elle due à une baisse du pouvoir d'achat ?

Nouvelles immatriculations par catégorie de bateaux à moteur et par an.



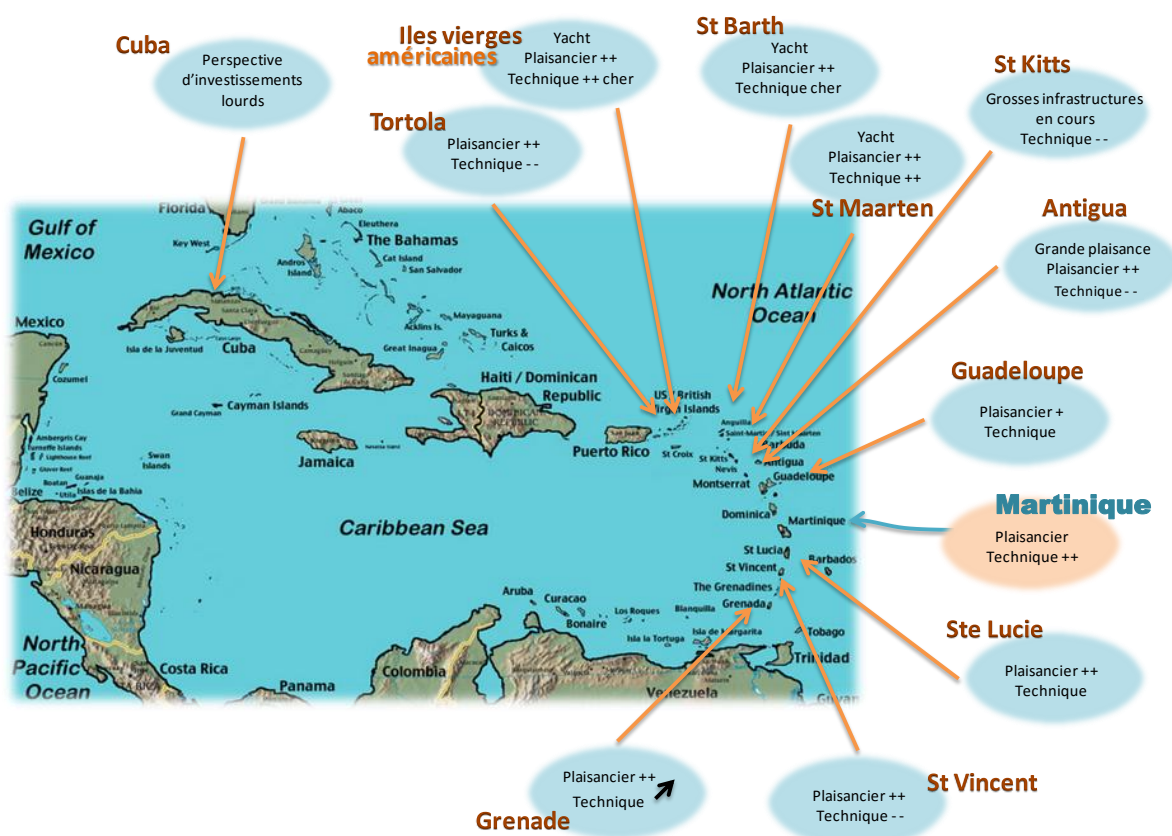
La structuration de la flotte et le nombre de nouvelles immatriculations est sensiblement identique à celle de la Métropole, en constante diminution quelque soit la taille de bateau.

4.4 – Un environnement concurrentiel sur la caraïbe qui s'accroît

Globalement, ces 8 dernières années de nombreuses îles de la Caraïbe ont lourdement investi dans des infrastructures de type marinas, ports de plaisance. C'est donc bien dans un cadre territorial très élargi que s'inscrit la concurrence et non pas uniquement en intra-Martinique.

Nous avons retenu, de manière un peu caricaturale, deux dimensions pour qualifier les îles et ainsi tenter de définir la concurrence au sein de la caraïbe :

- Le positionnement orienté plaisancier : caractérisé par des îles disposant de marinas avec un cachet « typique », des restaurants, les commerces, night club, bureau de change, de services au bateau (poubelles, ...)
- Le positionnement orienté technique : caractérisé par des îles proposant de nombreux professionnels ayant des compétences techniques de bon niveau sur tous les domaines de maintenance bateau.



- Cuba : L'île est en passe de bénéficier de lourds investissements pour des marinas et en direction du nautisme. Aucun délai n'est avancé.
- Tortola : est une île qui dispose de jolies marinas sécurisées avec un niveau de service au plaisancier très élevé qui correspond à une clientèle américaine. Les compétences techniques des professionnels ne sont pas au rendez-vous.
- Iles Vierges américaines : Îles clairement positionnées sur la catégorie de la grande plaisance, avec une clientèle majoritairement américaine et des compétences techniques de bon niveau et des tarifs plus élevés.
- Saint Barth : Une île qui propose un accueil des plaisanciers de très bon niveau, des compétences techniques correctes mais dont les coûts sont élevés.

- **ST Maartens** : Partie hollandaise de l'île positionnée sur la même catégorie de plaisance que la Martinique et qui propose un accueil de qualité au plaisancier et dispose d'entreprises de niveau de compétences comparable aux entreprises martiniquaises.
- **St Kitts** : De gros investissement en cours en termes d'infrastructures, mais ne disposant pas à ce jour de compétences techniques. L'accueil est très festif.
- **Antigua** : Ile positionnée sur l'accueil de gros yacht qui a investi dans des infrastructures de très bon niveau. Les compétences techniques des entreprises ne sont pas toujours au rendez-vous. L'accueil plaisancier est très festif.
- **Guadeloupe** : Ile qui a été sinistrée durant de longues années qui remonte actuellement sa filière nautique avec des professionnels de bon niveau, des infrastructures, une marina équivalente à celle de la Martinique. La taxe d'octroi de mer est moins élevée qu'en Martinique.
- **Martinique** : Ile essentiellement positionnée comme une escale technique de bon niveau. Appréciée par les plaisanciers, les devis sont respectés par les professionnels, les îles françaises sont des îles de droit avec des possibilités de recours en cas de litige,... L'accueil des plaisanciers a un niveau correct, mais est moins festif que dans d'autres îles.
- **Sainte Lucie** : Ile positionnée sur la même catégorie de plaisance que la Martinique avec des infrastructures d'accueil récentes, des compétences techniques inférieures à celles trouvées en Martinique.
- **Saint Vincent** : La construction d'un nouvel aéroport international peut potentiellement attirer une nouvelle clientèle. Cette île dispose d'infrastructures mais avec un savoir faire technique qui n'est pas de bon niveau. L'accueil des plaisanciers est très festif.
- **Grenade** : L'île est en passe de devenir la plus grande concurrente de la Martinique. En effet, cette île a bénéficié d'investissements lourds en terme de marinas et est positionné sur la même catégorie de plaisance. Il est constaté aussi une réelle montée en puissance des compétences techniques pour un coût de main d'oeuvre moins élevé.

4.5 – Une clientèle qui évolue et dont les besoins changent

Le nautisme en Martinique se caractérise essentiellement par 4 grands types de clientèle, la clientèle de résidents, la clientèle de propriétaire, la clientèle de location et la clientèle de la grande plaisance.

La clientèle de résidents plus fortement orientée sur les bateaux à moteurs et qui attends un service « clé en main » à l'image de ce que l'on trouve pour sa voiture dans un garage, un seul interlocuteur pour l'ensemble de la maintenance.

la clientèle de propriétaires non résidents constituée de 2 catégories, les bateaux de passage et les bateaux qui ont fait de la martinique leur port d'attache.

Cette clientèle est constituée de plus en plus de personnes :

- Dont la moyenne d'âge est de 65 ans qui ont investi une partie de leurs moyens pour s'acheter un bateau pensé comme une résidence secondaire,

- Qui ne sont pas de grands navigateurs, et ainsi, une partie de cette clientèle reste souvent à quai.

C'est une clientèle qui fait entretenir son bateau par des professionnels, qui comme la clientèle de résidents attend un service « clé en main ».

Dans le même esprit la clientèle de propriétaire ayant fait de la Martinique sa base arrière, souhaite, lorsqu'elle descend de l'avion, ne manquer aucun de ses jours de congé. Elle veut accéder à son bateau, positionné à quai et partir immédiatement, elle attend donc un service de préparation de bateau efficace.

Compte tenu de la moyenne d'âge de la clientèle de propriétaires, un professionnel s'interroge « *quel va être l'effet sur le marché du bateau d'occasion d'ici 5 à 8 ans quand cette clientèle va vouloir revendre son bateau ?* ».

La clientèle des touristes qui louent des bateaux à partir de la Martinique, avec ou sans équipages. Elle est constituée :

- d'une part de personnes de 50 à 60 ans qui sont attirés par une expérience de séjour d'exception et dont peu d'entre eux sont des navigateurs
- d'autre part, en plus petit nombre, d'une clientèle plus jeune qui a encore les compétences à naviguer.

Il n'y a aucune donnée sur la fidélisation de cette clientèle, ni de données qui indiquent qu'après avoir loué, ces clients passent à l'achat de bateau.

La clientèle de la grande plaisance est un marché qui est encore en devenir. Pour l'instant la Martinique ne semble pas encore offrir le niveau de service attendu tant au niveau des infrastructures que des prestations d'accueil. Des projets sont en cours sur ce segment de clientèle pour faire évoluer les infrastructures, il restera la problématique de l'élévation du niveau de service compte tenu de la faiblesse du système de formation.

Selon les professionnels, toute clientèle confondue, la clientèle étrangère représente aujourd'hui une part significative de leur activité. L'arrivée de nouvelles compagnies aériennes qui proposent des liaisons vers Fort de France (Condor, Norwegian, Seaborne, XLairways, Alitalia, ...) va potentiellement permettre de développer encore ce segment.

Ceci est confirmé par les données statistiques issues du comité martiniquais du tourisme, la fréquentation de la clientèle étrangère est en hausse avec une tendance qui semble se maintenir, même si cela ne représente pas des volumes très importants.

	2015	
MARCHES	Cumul à décembre	2015/2014 en %
FR-France	184 403	-1,8
GP-Guadeloupe	16 391	- 2,3
CA-Canada	3 467	+ 8,6
US-USA	3 731	+ 31,7
DE-Germany	2 907	+ 5,8
IT-Italie	2 178	+ 11,5
CH-Suisse	751	+ 5,6
BE-Belgique	557	+ 49,7
Others	17 074	+ 15,4
TOTAL	231 459	+ 0,1

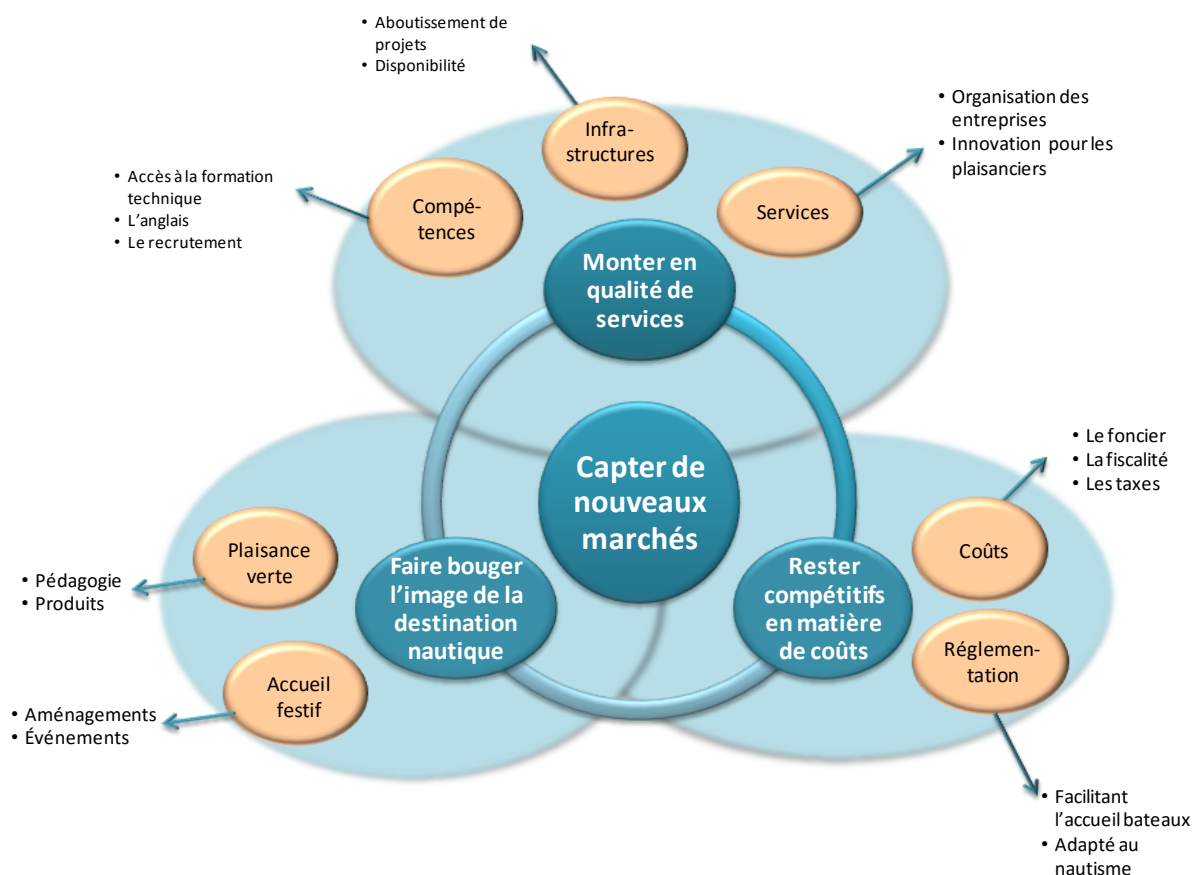
Le tableau ci-dessous présente des données de fréquentation par de fréquentation. Les données concernant la plaisance sont des issues du nombre de clearance, elles ne permettent hélas pas de discriminer l'origine de la fréquentation.

	2013	2014	2015	14/15 en %	14/13 en %
Croisière	103 770	177 786	241 623	+ 35,9	+ 71,3
Autres excursionnistes	19 212	17 144	18 335	+ 6,9	-10,8
TOTAL EXCURSIONNISTES	122 982	194 930	259 958	+ 33,4	+ 58,5
Séjour	489 705	489 562	487 365	-0,4	0,0
Plaisance	34 073	34 350	42 133	+ 22,7	+ 0,8
TOTAL SEJOUR	523 778	523 912	529 498	+ 1,1	0,0
TOTAL GENERAL	646 760	718 842	789 456	+ 9,8	+ 11,1

A ce jour, le plus fort potentiel de développement repose sur les bateaux de propriétaires de passage ou qui choisissent la Martinique comme base arrière et sur la grande plaisance sous réserve que les conditions puissent être réunies.

5 – Des propositions pour soutenir le développement de la filière nautique en Martinique.

3 objectifs, 7 projets pour soutenir le développement de la filière nautique en Martinique



Chacune des actions s'inscrit dans un système et se complètent. Elles n'ont pas le même impact sur la qualité de l'accueil, le même effet sur la qualité des services, n'engagent pas les mêmes moyens. Pour autant leur convergence sera une des conditions de la réussite du développement de la filière nautique en Martinique.

5.1 – Objectif 1 : Monter en qualité de services

5.1.1 - Innover pour adapter les services aux nouvelles attentes des plaisanciers et aux marchés à capter

Comme on l'a évoqué, la clientèle (plaisance comme grande plaisance) attend de plus en plus un service « clé en main », avec un interlocuteur unique pour l'ensemble de ses besoins techniques.

A l'image du groupe réparation navale du cluster maritime Martinique qui s'est lancé dans cette aventure avec pour objectif de faire connaître aux armateurs ou compagnies maritimes les forces vives et le savoir faire en Martinique dans ce domaine, il apparaît incontournable :

- De faire réfléchir les professionnels du nautisme vers des organisations développant davantage de collaborations pour faire évoluer le type et le niveau de service et s'approcher (voir devancer) des demandes des clients.
- De s'enrichir de l'expérience du groupe réparation navale du cluster maritime Martinique : quelles réussites, quelles difficultés.

Quelques entreprises offrent déjà ces services « clé en main », il faudrait assurément aller plus loin.

C'est en provoquant des rencontres formelles et informelles que pourront apparaître de nouveaux projets et que pourront être générées de nouvelles formes de collaborations. Une animation de la filière dans ce sens sera sans doute un premier pas.

5.1.2 – Faire des infrastructures existantes, de réels moyens de développement

De vrais choix à opérer pour l'Etang Z'abricot

Attendu pendant plus de 20 ans, la marina de l'Etang Z'abricot (340 places à quai) a été inauguré fin 2014 semble depuis avoir son avenir en suspend.

Pour l'instant compte tenu des incertitudes sur les orientations de cet espace, aucune entreprise ne s'est encore installée.

Un projet d'une telle ampleur est pourtant une opportunité unique pour développer la filière économique nautique. On l'a constaté, d'une part, très logiquement, les entreprises sont installées sur les marinas et les ports de plaisance et d'autre part, elles sont en mal de place.

Quelle place pour les entreprises, alors que les choix stratégiques ne semblent pas encore avoir été pris :

- Une valorisation du foncier avec des logements et hôtels ?
- Un outil de travail pour des entreprises au service des plaisanciers ? Quel dialogue et concertation avec ces professionnels du nautisme ?
- Quels plaisanciers, des résidents, de passage, des professionnels, dans quelles proportions ?
- Est-ce un positionnement haut de gamme, une garantie pour accueillir la grande plaisance ?
- ...

Au regard de toutes ces incertitudes, aucune entreprise de la filière nautique ne s'est encore installée sur la ZAC. Cette infrastructure écologiquement responsable détentrice du label port propre n'a pour l'instant, hélas, eu aucun impact en matière de développement pour les entreprises du nautisme.

Les carénages : des équipements qui structurent le travail des professionnels

Le carénage du Marin a bénéficié d'investissements lourds, qui le mettent en conformité avec les normes de sécurité et les normes environnementales. Ces aménagements, comme tous travaux de grande ampleur, ont provoqué des difficultés d'accès à cet outil de travail indispensable aux entreprises.

Ces difficultés transitoires, à répétition, non anticipées, liées à l'installation des nouveaux équipements ont eu un effet négatif sur la qualité du travail des entreprises et les relations entre ces dernières et la zone de carénage.

Atteindre un niveau de professionnalisme plus élevé, pouvant attirer de nouveaux clients en particulier la grande plaisance, passe par une évolution des modes de fonctionnement et des compétences des salariés.

Piloter un tel outil de travail aussi structurant pour les professionnels, devrait très probablement reposer davantage sur un esprit de partenariat, donnant à tous la possibilité d'anticiper et de s'organiser pour davantage de fluidité.

5.1.3 – Disposer des compétences pour développer les entreprises

Le recrutement

Ainsi qu'on l'a constaté dans la partie analyse, le recrutement s'effectue en très grande partie par le bouche à oreille, ce qui :

- D'une part limite l'accès à l'information aux professionnels exerçant déjà dans la filière
- D'autre part limite quasi automatiquement l'accès à l'information sur une zone à peine plus étendue que l'espace portuaire concerné. Un besoin au Marin est-il connu à fort de France ?

Il est essentiel de donner une plus grande visibilité aux besoins en personnel. De même qu'il est nécessaire, en l'absence de formations spécifiques, de s'ouvrir aux métiers proches, de définir si des passerelles de proximité existent et quelles sont les compétences transférables d'un métier à l'autre. Il sera peut-être alors possible de construire des parcours rapides d'adaptation des compétences.

Les chefs d'entreprises sont déçus de Pôle Emploi à qui ils reprochent de ne pas connaître les métiers de la mer et d'être difficiles à joindre. Sous réserve d'estimer le besoin réel de diffusion d'offres d'emploi, il serait intéressant que les professionnels disposent d'un espace dédié pour diffuser les offres du nautisme, espace utilisé par la profession et connu au-delà de la profession (espace virtuel probablement).

En parallèle aux besoins des entreprises, il est essentiel de mobiliser des jeunes en leur faisant découvrir ce milieu, ces métiers. Il faut s'appuyer sur les événements majeurs existants mais aussi innover en créant des événements de dimension plus modeste, à la fois porteurs d'information (connaissance des métiers, échanges avec les chefs d'entreprises) mais aussi ludique et festifs, des événements qui fassent partager la dimension passionnée liée à ces métiers.

La formation

Former de nouvelles générations de professionnels est un vrai défi. Les entreprises expriment des difficultés pour trouver les compétences dont ils ont besoin.

Les OPCA ne sont pas au rendez-vous dans l'accompagnement de leurs adhérents. Certains chefs d'entreprises expriment le besoin de trouver rapidement des solutions parmi lesquelles :

- Faciliter l'accès aux formations en Métropole. Les chefs d'entreprises évoquent le double intérêt, non seulement former leur personnel mais aussi d'élargir leur horizon en ayant des références extérieures pour mesurer le niveau de qualité de service à atteindre pour améliorer les performances.
- Approfondir les contacts pris avec le RSMA
- Les échanges à poursuivre avec le lycée du Marin pour mesurer la possibilité d'adapter certaines formations.

Les professionnels évoquent aussi la nécessité d'innover pédagogiquement pour pouvoir bénéficier de formations adaptées aux besoins de la Martinique, besoins qualitativement pointus et quantitativement réduits.

Quelques pistes peuvent être esquissées telles que :

- Concevoir des formations spécifiques pour les métiers pour lesquels il n'existe pas actuellement de cursus de formation en Martinique. Dans ce cadre plusieurs chefs d'entreprise se disent intéressés par former des jeunes et transmettre leur savoir faire. Des formations sur ce modèle ont existé par le passé.
L'innovation devra porter sur la création d'un système de formation dont la performance ne reposera pas uniquement sur le nombre de stagiaires puisqu'il sera nécessairement réduit (pas de pérennisation des formateurs, implication forte des chefs d'entreprises, apports d'expertises ponctuelles, modalités de rémunération des intervenants, ...).
- Mettre en place au sein des cursus de formation existants (mécanique, peinture,) des modules de découverte des spécificités du nautisme (visite d'entreprises, interventions de professionnels, ...)
- Développer des mentions complémentaires aux formations existantes pour acquérir les expertises nautisme nécessaires pour détenir une bonne employabilité dans ce secteur et communiquer davantage sur les formations de type CQP organisées sur le territoire.

Des pistes innovantes proposées par le projet « Martinique destination voile » sont à regarder attentivement.

<http://www.contact-entreprises.com/martinique-destination-voile-un-ambitieux-projet-dinsertion-par-la-voile-en-martinique/>

Enfin, se pose de manière urgente la question de la formation des futurs chefs d'entreprise, nous le rappelons, 36% d'entre eux ont aujourd'hui plus de 55 ans !

5.2 – Objectif 2 : Rester compétitifs en matière de coûts

A de nombreuses reprises les professionnels ont exprimé leurs besoins sur le sujet. On peut les répartir en 3 dimensions : les problématiques d'accès au foncier de bord de mer, les problématiques de fiscalité et de taxes et les problématiques de réglementation.

5.2.1 - Le foncier

Le foncier pose une réelle difficulté aux entreprises, et ce de manière récurrente :

- Sur la Marina du Marin, les entreprises n'ont pas la possibilité d'acheter leur local de travail
- D'une manière générale, il y a un manque criant de locaux pour les entreprises, ateliers, stockage, ..., qui doivent nécessairement se trouver en bord de mer
- Des entreprises qui n'ont pas les moyens de s'aligner sur les couts proposés par les promoteurs

Il s'agit d'identifier des solutions en termes de foncier qui permettent aux entreprises du nautisme de s'implanter en proximité de frange littorale. Les communes sont de fait interrogées sur leurs choix stratégiques de valorisation de leur foncier.

5.2.2 - La fiscalité et les taxes

Des avancées sont à signaler, en particulier le travail réalisé avec les douanes depuis plusieurs années a permis de clarifier et d'adapter, sous contrôle des agents des douanes, l'application des textes et règlements aux spécificités des DOM.

Mais il reste des points particulièrement critiques. Comme indiqué précédemment la concurrence s'exerce bien au-delà du strict territoire martiniquais, les entreprises de la Martinique s'inscrivent dans une concurrence caribéenne souvent détaxée et avec un coût de main d'œuvre bas.

Ce point a été débattu au cours des ateliers lors du dernier SMILE et largement développé dans un document produit par la MYA comme contribution au développement de l'économie bleue. Les professionnels et les élus semblent se rejoindre sur 2 lignes directrices :

- Engager une réflexion sur la détaxe des activités nautiques et notamment sur les charters et les carburants
- Prolonger et étendre le dispositif de Zone Franche d'Activité aux métiers du nautisme et à ses dérivés (CF. économie bleue)
- Equilibrage avec la Guadeloupe de la taxation à l'octroi de mer des bateaux proposés à la location.

5.2.3 - Adapter la réglementation du travail aux spécificités du nautisme

Une réglementation du travail qui parfois quand elle est appliquée à la lettre pose de réelles difficultés aux entreprises.

Un travail avec les services de l'état concernés est incontournable pour trouver les voies permettant de les appliquer de manière intelligemment adaptée.

A titre d'exemple nous ne citerons que la réglementation sur le travail en hauteur touchant de plein front les entreprises intervenant sur les gréements, la mise en sécurité des personnels intervenant sur les ponts des bateaux, les temps de travail des équipages, les conditions d'exercice de leur métier, ...

5.3 - Objectif 3 : Faire bouger l'image de destination technique

5.3.1 - L'accueil

La Martinique est prioritairement reconnue par les plaisanciers comme une destination technique.

Les marinas doivent pouvoir être identifiées aussi comme une destination festive et animée, une destination culturelle, une destination gastronomique, une destination shopping, pour attirer une plus large clientèle et en particulier la grande plaisance.

En effet, cette évolution de l'accueil est une des conditions pour que les équipages de la grande plaisance considèrent la Martinique comme une base attractive.

Sur les îles proches, cette dimension festive constitue une attractivité touristique, bien au-delà de la plaisance, pour l'ensemble des touristes, mais aussi, bien sûr, pour la population locale.

Ainsi, pouvoir accueillir la grande plaisance passe par 2 axes :

- Disposer des infrastructures permettant d'accueillir ces bateaux
- Impliquer les communes et les entreprises bien au delà du strict périmètre de la filière nautique afin d'être identifié comme une base pour la grande plaisance

Un réel déficit dont le dossier est à l'étude.

5.3.2 – La plaisance verte

La volonté d'évoluer vers une plaisance verte est un autre axe porteur de développement pour l'économie du nautisme évoquée par plusieurs chefs d'entreprise. Plusieurs chefs d'entreprises se sont exprimés dans ce sens « *On constate que de plus en plus de clients sont d'accord pour payer un léger surcout* »,

Cela passe par 2 dimensions :

- D'une part la sensibilisation des plaisanciers à leurs rejets.

- D'autre part l'utilisation de la part des professionnels de produits respectueux de l'environnement marin.

La sensibilisation des plaisanciers à leurs rejets passe par des informations pédagogiques qui doivent leur être procurées et les solutions qui leur sont proposées :

- Les eaux noires qui s'éliminent naturellement en milieu marin créent une pollution d'origine organique. Il est important de sensibiliser les plaisanciers aux conséquences de leurs rejets et de les informer sur la récupération des eaux noires disponible au port du Marin.
- Les eaux grises, eaux de lavage constituent une faible part des rejets d'eaux usées, mais sont néanmoins les plus néfastes pour le milieu marin. Leur pollution d'origine chimique a un fort impact sur l'environnement, les informer sur la récupération des eaux grises disponible au port du Marin est essentielle.

Il est ainsi nécessaire de les inciter d'une part à utiliser des produits écologiquement respectueux de l'environnement marin et d'autre part à utiliser les infrastructures de récupération des eaux grises disponible au port du Marin.

L'utilisation de produits respectueux est possible, les produits existent en Martinique (peintures, vernis, colles, ...). Malgré un léger surcout les clients acceptent généralement d'utiliser ces produits, il s'agit de sensibiliser les professionnels à l'utilisation de ces produits.

Ainsi que l'évoquait un chef d'entreprise, cet axe est potentiellement porteur d'innovation pour viser des produits écologiquement neutres en termes d'impact, « *On devrait avoir de l'innovation pour produire des produits à l'empreinte écologique 0°, on ne le fait pas. C'est une contrainte supplémentaire mais on devrait la penser comme un potentiel de développement* »..

Ce type de démarche est un défi tout à fait majeur qui doit pouvoir être soutenu et accompagné.

6 - En conclusion : ce qu'il faut retenir



Une filière économique de poids

Qui propose des projets pour son développement

Dont les difficultés sont connues

