



Un marché à conquérir

# La Chine s'emballe pour

**Shanghai, la vitrine économique de la Chine, a accueilli, du 8 au 11 avril, le Salon international du nautisme. Pour la première fois, les constructeurs français avaient répondu à l'appel.**

Texte et photos : Julie Krassovsky

**L**e yacht fait 60 pieds de long. De la marque Ferretti, il trône majestueusement devant le Palais d'exposition de Shanghai. Il vient d'être acheté par un milliardaire chinois pour un million d'euros. La transaction a eu lieu lors du dernier Salon du nautisme organisé par la mégapole chinoise. Un autre yacht de la marque Pershing, le plus luxueux du salon, a également capté l'attention d'un riche acheteur. Son prix ? 1,6 million d'euros. Après la villa,

le golf, la voiture de luxe, le yacht est le nouveau signe extérieur de richesse prisé par la clientèle chinoise. Attiré par un marché au potentiel énorme – la Chine, c'est 14 500 km de côtes, 122 000 km de fleuves et voies navigables, et pour l'instant 30 000 acheteurs – le groupe Ferretti n'est pas le seul à vendre des bateaux de luxe sur le continent. L'Anglais Sunseeker, l'Américain Brunswick (Sea Ray, Boston, Bayliner...) ont déjà une activité très soutenue en Chine

depuis quelques années. Et ce n'est qu'un début. Si l'an passé, le salon avait vu des contrats se conclure pour une valeur totale de 16,2 millions d'euros, cette fois-ci, les transactions devaient atteindre 24 millions d'euros.

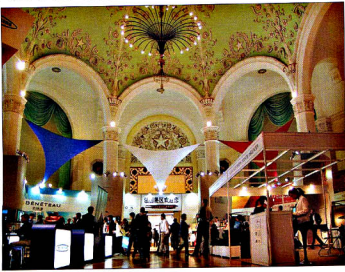
## Quand les Français débarquent

Même les Français semblent avoir enfin réalisé les promesses du marché. Présents pour



Le Salon a confirmé l'intérêt des Chinois pour la navigation de plaisance. Celle-ci tend à se développer grâce à un allègement des réglementations en vigueur.

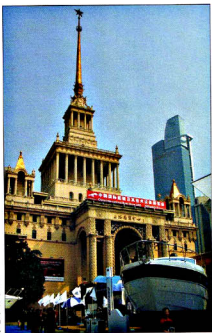
Présents pour la première fois, trente constructeurs français étaient regroupés sous un même pavillon, avec pour mot d'ordre : la promotion du nautisme.





Sur le lac Taihu, à environ deux heures de Shanghai, le motoriste Mercury a créé sa propre marina de 150 anneaux. Une vitrine idéale pour vendre les bateaux du groupe Brunswick (Sea Ray, Boston, Bayliner).

Globe Photos / Magnum



Les yachts trônent majestueusement devant le Palais d'exposition de Shanghai.

# la plaisance

la première fois, les constructeurs français sont arrivés en force. Regroupés grâce à la Fédération des Industries Nautiques (FIN) sous un même pavillon, trente exposants s'étaient déplacés : Bénéteau, Jeanneau, Couach, Catana, la Fédération française des ports de plaisance, etc. Beaucoup d'acteurs majeurs du nautisme français ont répondu à l'appel. « Cela fait cinq ans que je milite pour que nous soyons présents. Le potentiel du marché chinois

est énorme. La France a tout intérêt à s'engager dès maintenant dans la promotion du nautisme pour pouvoir aussi en profiter », assure, enthousiaste, Tibor Sillingey, délégué général de la FIN. Du côté des constructeurs, l'heure est davantage à l'observation. « Nous sommes ici pour prendre la température », lâche Yves Mandin, du groupe Bénéteau. Chez l'italien Ferretti, en revanche, les négociations s'enchaînent. Le groupe vient de signer avec deux

distributeurs sur place. « Nous ouvrons aussi un bureau de représentation à Shanghai qui sera chargé de suivre de plus près les opportunités du marché et l'activité de nos distributeurs. Si le développement des infrastructures suit, il est essentiel pour nous d'être sur place en permanence », confie son dirigeant, Alessandro Diemedi.

## Des marinas et des cours de natation

En revanche, si l'espace fluvial et maritime de la Chine est propice au nautisme, les infrastructures manquent. Pour l'instant, le pays compte une quarantaine de marinas souvent privées. Vingt yacht-clubs s'étaient le long du Yangzi, le plus long fleuve du monde, dans la province du Guangdong. Près de six cents propriétaires de bateaux se sont établis dans cette région pour bénéficier de ces aménagements. Plus au nord, la station balnéaire de Qingdao développe à vitesse grand V ses infrastructures maritimes dans la perspective des Jeux olympiques. Gagné par les promesses de la plaisance, le gouvernement prévoit la construction d'une vingtaine de marinas dans les années à

venir. L'intention est là, mais les lourdeurs bureaucratiques également. « La politique gouvernementale concernant les permis de construire, l'obtention de licence, les règles de navigation et les taxes pour la location d'emplacement, manque encore de lisibilité », explique François Amman, vice-président de l'agence Adkom, éditrice du magazine *Asia Pacific Boating*. Seul, le groupe Brunswick s'est affranchi des rigueurs administratives en érigeant sa propre marina. Situé sur le lac Taihu, à deux heures de route de Shanghai, le club dispose de 150 anneaux, occupés par des bateaux de ses diverses marques, et accueille pour le moment une cinquantaine d'unités appartenant tous à des Shanghaïens fortunés. Une stratégie plutôt payante. En montrant ses bateaux, le constructeur sensibilise la clientèle chinoise plus attirée, pour l'instant, par le prestige et la possession d'un bateau que par la navigation. En effet, évitant le soleil et l'eau, les Chinois ne sont naturellement pas attirés par les sports nautiques. Alors, des cours de natation à l'obtention du permis bateau, le club s'occupe de tout ! Une bonne façon de faire évoluer la clientèle chinoise vers la plaisance. ■



Contacts et négociations se sont multipliés autour des bateaux présentés à terre comme à flot. Les Industriels de la filière nautique ne peuvent que se féliciter de cette ouverture du marché chinois.