Coup de gel

sur la 50e édition du Salon nautique de Paris

La neige n'a pas aidé le marché encore difficile du monde de la plaisance...

Le Nautic — nom récent, plus international — a 50 ans. Cinquante ans de rêves et de bateaux de plaisance en plein Paris. On a tous en mémoire les photos du Général de Gaulle serrant la main d'Eric Tabarly... Depuis, le salon a déménagé de La Défense vers les 130.000 m² d'exposition de la porte de Versailles. La météo n'a pas épargné cette édition anniversaire. Mais elle n'est sans doute pas la seule responsable de la triste baisse de fréquentation et de la timidité des acheteurs...

La grand-messe du nautisme à la française se termine ce week-end. Événement tout à la fois commercial, sportif et mondain où se presse le «tout-Paris»... Il a commencé le 4 décembre avec l'inauguration en grande pompe par – signe des temps – Nathalie Kosciusko-Morizet, ministre de l'Écologie et du Développement durable. Elle est accompagnée des «gros calibres» du secteur: Annette Roux, présidente du groupe Bénéteau, Jean-François Fountaine, et quelques champions comme Loick Peyron, Roland Jourdain, Thomas Ruyant et même Lionel Lemonchois, par téléphone satellite, depuis le milieu de l'Atlantique. Florence Arthaud, Kito de Pavant et Titouan Lamazou sont, eux, aux dédicaces de leurs ouvrages respectifs. Outre cet aspect «people», le Nautic est traditionnellement aussi l'endroit où se dévoilent les dates et parcours des courses au large et régates pour l'année suivante: Tour de France à la voile qui s'élancera de Dunkerque, Solitaire du Figaro, Mini Transat de Charente à Salvador de Bahia et 10e édition de la Transat Jacques Vabre pour 2011.

Le Nautic sous la neige.

© Etienne de Malglaive/AFP/Nautic

«LE DIMANCHE COMME EN PLEINE SEMAINE»

«C'est plutôt calme»: les exposants sont unanimes. Moins de voiliers exposés, surtout pour les grandes unités et un glissement de la voile vers le motonautisme, spécialement les semi-rigides, dont l'espace d'exposition ne cesse de grandir. L'un des éléments symptomatiques est le lancement du Varianta, voilier de 44 pieds pour moins de 100.000 euros, prêt à naviguer... Un bateau tout simple *«où l'essentiel est présent»*... La part belle est d'ailleurs laissée aux plus petites unités et aux bateaux plus «funs», où le plaisir de naviguer prime sur luxe et confort. Une sorte de retour aux sources.

Pour les grands chantiers, les baisses de vente sur le salon sont vertigineuses. Là où Bénéteau et Jeanneau vendaient 70 à 80 bateaux les années précédentes, ils n'atteindront pas la moitié de ces chiffres. Hanse, par exemple, n'avait signé qu'un bateau mardi dernier... Pour faire face, la tendance est au regroupement: Alubat reprend Alliage, Allures s'allie à Garcia et Outremer et très récemment Bavaria reprend Dufour! Hanse, Moody et Dehler forment, de leur côté, un grand groupe qui privilégie la rationalisation et la diminution de coûts: par des délocalisations (Pologne) et des astuces de production (notamment implantation des aménagements coque ouverte), ils proposent des voiliers en moyenne 17% moins chers que les années précédentes... Tendance similaire chez les équipementiers: Plastimo, le principal accastilleur français, qui avait racheté ces dernières années de nombreux concurrents en leur laissant une politique commerciale et une distribution propre, décide maintenant un regroupement commercial pour faire des économies d'échelle.

Les marchés de la location de bateaux et du charter vivent également des moments difficiles. Sunsail et Moorings diminuent la taille de leur stand et vont jusqu'à douter de la rentabilité de leur présence. Les petites agences ont souvent décidé de ne prendre un stand qu'une année sur deux... Internet a effectivement fait du mal à cette profession: il est si facile de demander des offres par e-mail... ce qui est moins dangereux que de risquer le verglas en Ile de France!

LOIN DE LA BELLE SAISON

De plus, les clients prévoient leurs locations moins longtemps à l'avance que par le passé: pour cette profession, la date du salon est de moins en moins bien choisie... Et plus grave encore, ce type de vacances nautiques peine à attirer les jeunes. La clientèle – majoritairement 40/60 ans — ne se renouvelle pas assez vite et réserve trop machinalement des voiliers dans des zones déjà connues...

CONTINUONS À RÊVER!

Par tous les biais, ce type de salon est appelé à une mutation. Les aspirations ont changé et se sont cristallisées vers un retour aux valeurs qui font de la navigation ce rapport privilégié avec la nature, cette découverte d'un ailleurs et ce dépassement de soi que procure le grand large... même entre les murs de la porte de Versailles!

L'avertissement est donné. Le rêve est à ce prix. Quand on voit, sur le stand «des machines de l'île», la belle Samantha Davies embarquer sur une raie manta, dans le «carrousel des mondes marins», dans un décor entre Jules Verne et Léonard de Vinci, on comprend que la mer nous appelle encore à flâner, même dans les allées d'un salon nautique en pleine ville... ■

Alexis Guillaume, www.sailaway.be

Pourquoi nous n'y sommes pas?

Les deux belges responsables du chantier **Boréal** (voiliers de grande croisière en aluminium) préfèrent s'abstenir de salon... *«Dans ce segment, les clients potentiels font un véritable tour du marché et finissent par nous trouver.»* Ils préfèrent miser sur la relation directe, sans réseau de distribution, et inviter leurs clients au chantier pour rencontrer les associés qui totalisent des milliers de miles... Outre cette approche conceptuelle, il y a une approche purement budgétaire: entre le transport, l'inscription, les hôtesses, les brochures, le logement... participer au Nautic représente un budget de près de 40.000 euros. Pour un chantier qui vend moins de 10 bateaux par an, la répercussion du budget est ingérable. *«Les salons comme La Rochelle et HISWA à Amsterdam permettent de montrer un bateau à flot, dans son élément, pour un budget nettement moindre»...*

Astra Sports Tourer, un exercice de style inégal

Opel voit, en l'Astra Sports Tourer, un break compact... Chez General Motors manifestement ni la gestion, ni la géométrie ne semblent être des matières maîtrisées!

Opel Astra Sports Tourer: un break élégant.

Pour ce qui est de la gestion, le management de GM a réussi l'une des plus coûteuses faillites accompagnée de la destruction de marques historiques. No comment. Le contribuable américain appréciera... En géométrie, ce n'est pas mieux: pour qualifier de compacte une automobile de 4.698 mm de long dessinée sur l'empattement de 2.685 mm de la berline Astra cinq portes, il faut vraiment ne pas avoir un compas dans l'œil. Cette longueur supérieure à celle de la nouvelle BMW X3 se compare, par exemple, à celle d'une Renault Laguna. Cette dernière appartient clairement au segment intermédiaire.

D'ailleurs l'Opel est large (1.814 mm) comme une Laguna et même sensiblement plus haute (1.535 mm). Nul ne s'étonnera dès lors que le coffre, par ailleurs rationnel, accueille un imposant volume de charge variant de 500 à 1.550 litres selon la position donnée aux sièges arrière.

L'importance du volume utile est d'autant plus indispensable que, dans l'habitacle, l'ergonomie a été sacrifiée à son avantage. Ceci est immédiatement perçu par le conducteur. Ce dernier occupe une position trop avancée par rapport au levier de changement de vitesses des versions à boîte manuelle. La mobilité du bras est limitée, le mouvement pas naturel, contraint même. C'est particulièrement pénalisant en ville ou sur route. En tout cas avec le siège «Sport». Les trois versions à transmission automatique (1.6 ECOTEC, 1.6 Turbo ECOTEC et 2.0 CDTI) ne présenteront pas cet inconvénient.

Reprise du break Insignia, l'appellation Sports Tourer s'inscrit en rupture avec Caravan («Car» pour voiture et «Van» pour fourgon ou camionnette), la désignation Opel historique encore appliquée au modèle précédent.

Ceci étant dit, ajoutons immédiatement que les stylistes du Centre technique international de design d'Opel à Rüsselsheim (Allemagne) ont, en revanche, fourni un travail remarquable. Ils ont soigné tout spécialement le dessin du pavillon et l'effet dynamique que crée l'encadrement chromé des vitres latérales. Ce dernier crée l'illusion d'un profil filant alors qu'en réalité le pavillon est utilement haut. La carrosserie de l'Astra Sports Tourer est dynamique et élégante à souhait. C'est une fort belle auto produite dans l'usine Opel d'Ellesmere Port, au Royaume-Uni... Le plumage séduit. Les espaces de rangement (25 l en tout) aussi.

Le ramage moins. Déjà parce que, hormis la disponibilité – au début de l'année prochaine – d'un système Start/Stop sur le moteur 1.3 CDTI (70 kW/95 ch — 4,1 l/100 km en cycle mixte soit 109 g CO2/km), l'offre de moteurs ne comporte rien de transcendant.

Des cinq groupes mécaniques diesel et des six «essence» au programme, deux seulement avaient été retenus pour les premiers essais internationaux: le turbodiesel 2.0 l CDTI (118 kW/160 ch - 350 Nm) et le 1.4 l turbo (103 kW/140 ch - 200 Nm). Ces deux mécaniques sont accouplées de série à une boîte manuelle ou en option (selon les marchés) à une transmission automatique, chacune comportant six rapports. Un bon point aussi. Les deux Sports Tourer essayées étaient «manuelle».

Le couple du 2.0 l CDTI s'accorde bien à la masse de l'engin et sa vocation à transporter ou tracter des charges. Associé à la boîte manuelle, il consomme 5,1 l/100 km (134 g CO2/km) en cycle mixte.

Le1.4 Turbo Ecotec est nettement plus limite. Il manquait de punch et d'allonge sur une route offrant un relief similaire à celui qu'on trouve fréquemment au sud du sillon Sambre-Meuse.

SPORT?

En option (950,00 EUR TVAC), le système FlexRide adapte selon trois modes (Standard, Sport et Tour) la suspension en continu aux variations de l'état du revêtement et du type de conduite. En mode Sport, la réponse de l'accélérateur et de la direction est plus vive et, si présente, la gestion de la boîte de vitesses automatique aussi. L'utilité du système sur une voiture qui n'a rien d'une sportive n'est pas évidente. Le train avant de la 2.0 l CDTI essayée, pourtant équipée du FlexRide, montrait vite ses limites...

Avec l'Astra Sports Tourer, Opel vise en priorité le marché Fleet. Il sera break polyvalent durant la semaine et familiale élégante le weekend. Tourer... Mais pas «Sport». ■

Philippe de Barsy