

GRUPE BENETEAU



7 FÉVRIER 2018

RÉUNION D'INFORMATION FINANCIÈRE



PRESTIGE



CNB

FOUR WINNS



IRM

O'HARA

Coco



SGB

SOMMAIRE

01
_

Tendances
de marché
2018

02
_

Avancement du
plan Transform
to Perform

03
_

Carnet de
commande

04
_

Tendances 2018

01

TENDANCES DE MARCHÉ 2018

Hervé GASTINEL
Président du Directoire

LE DÉFI DE LA CROISSANCE

Aujourd'hui
la conjoncture
est favorable et les marchés
sont dans une bonne
dynamique.

TENDANCES DE MARCHÉ 2018

MARCHÉ MONDIAL BATEAUX



CA +3%
Volumes +2%

MARCHÉ FRANÇAIS HABITAT DE LOISIRS

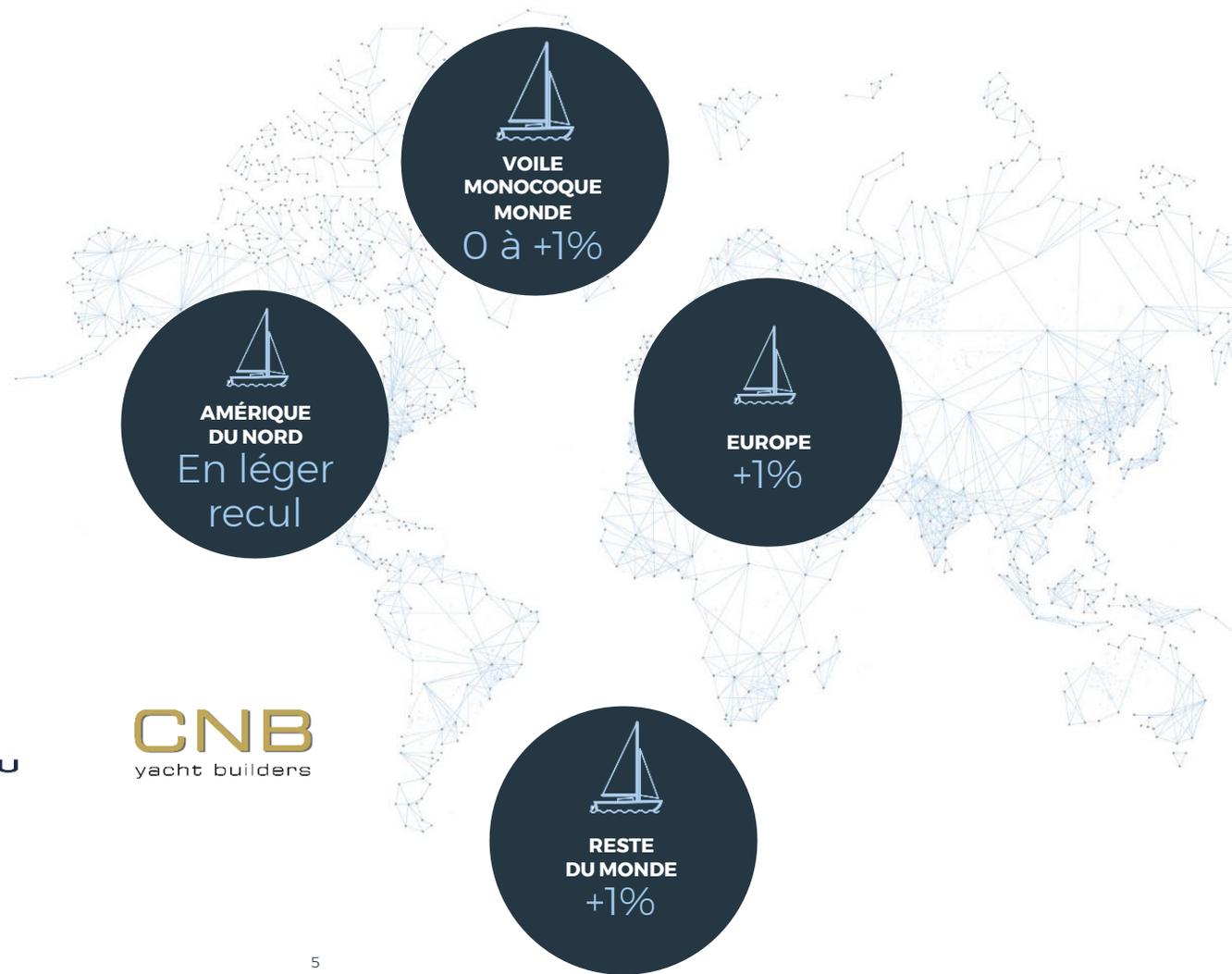


CA +12%
Volumes +10%

MARCHÉ DE LA VOILE MONOCOQUE

Tendances CA

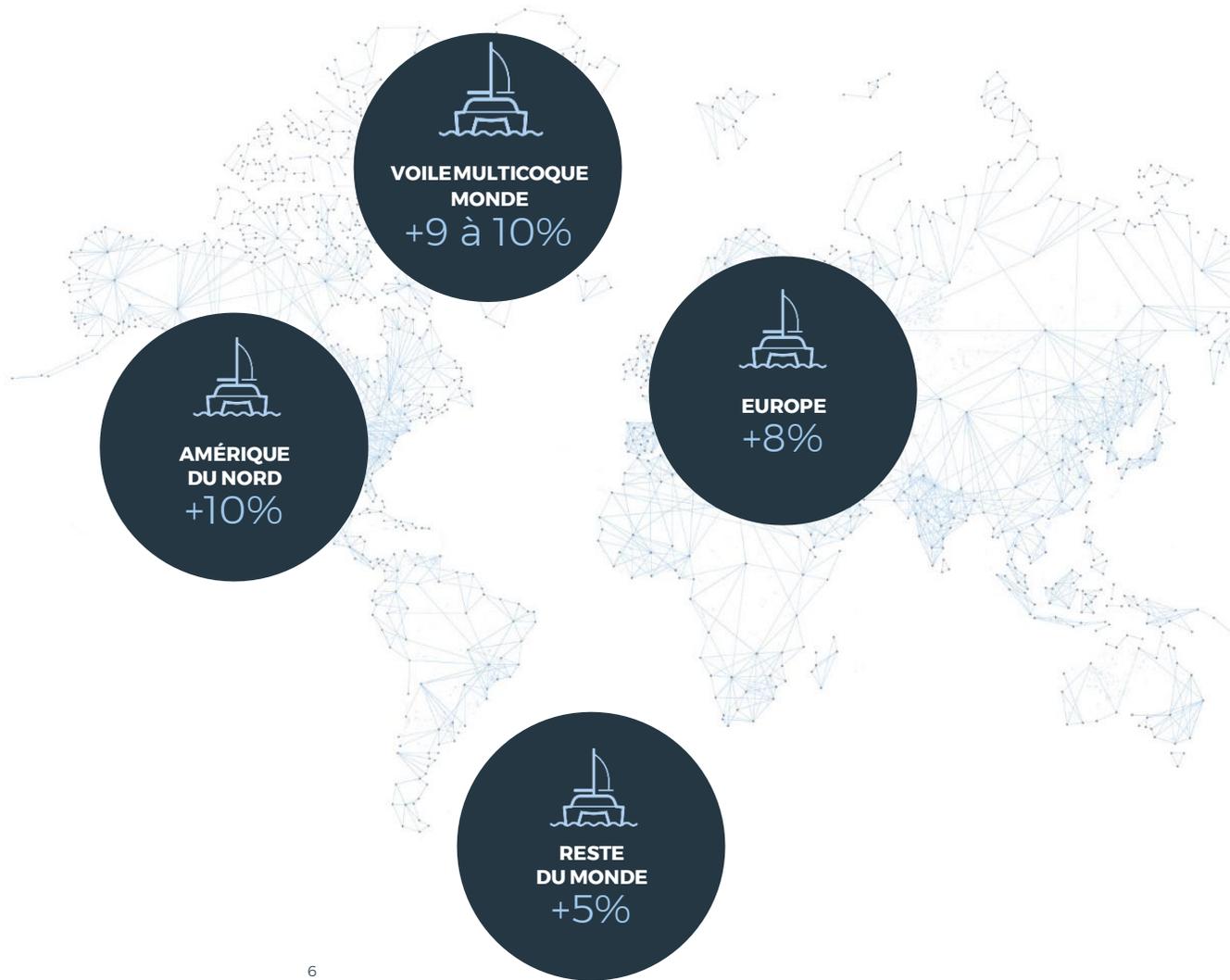
Un marché mondial stable tiré par le renouvellement des flottes de location.



MARCHÉ DE LA VOILE MULTICOQUE

Tendances CA

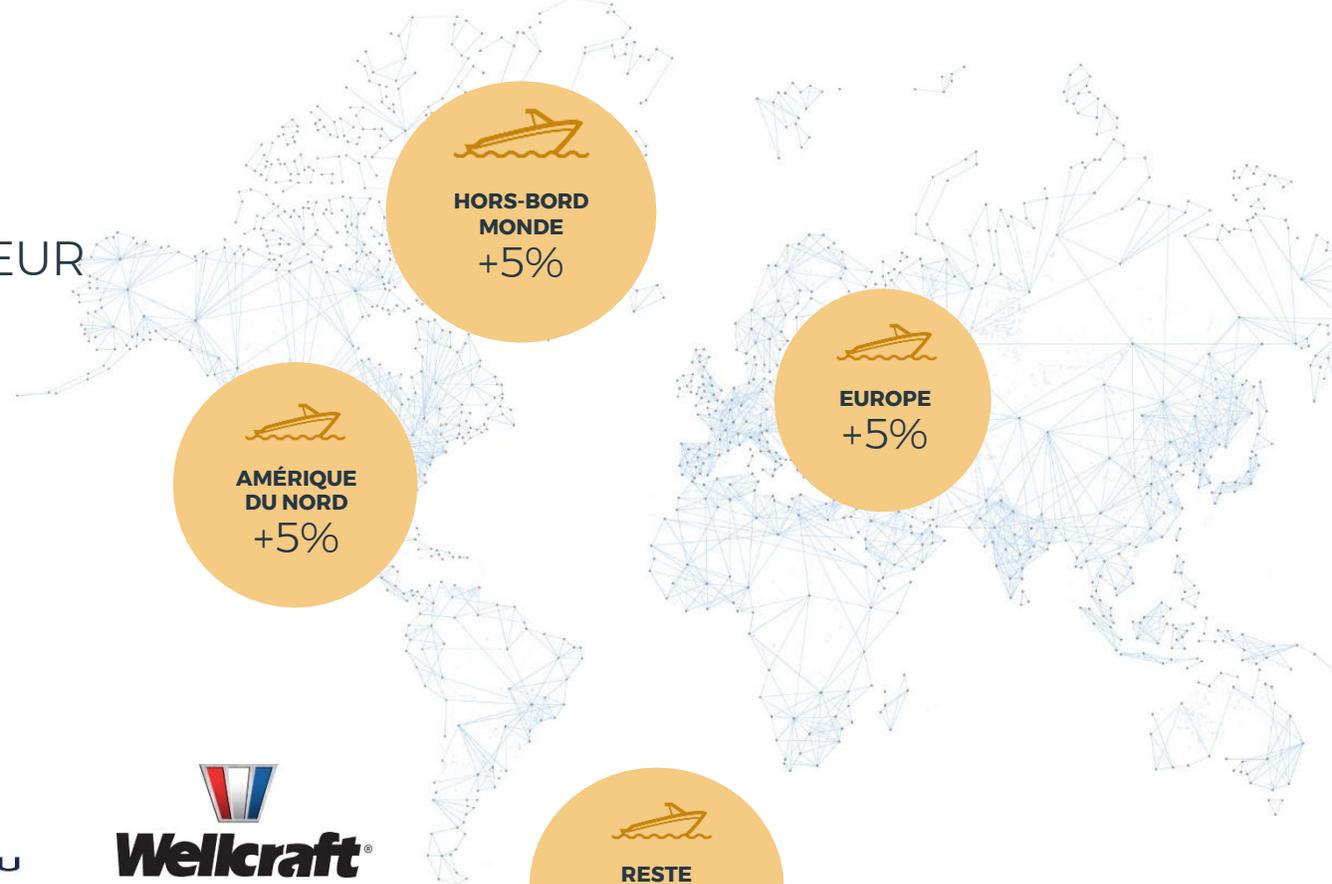
Le marché de la voile multicoque continue de croître de manière dynamique au niveau mondial.



MARCHÉ BATEAU MOTEUR HORS-BORD

Tendances CA

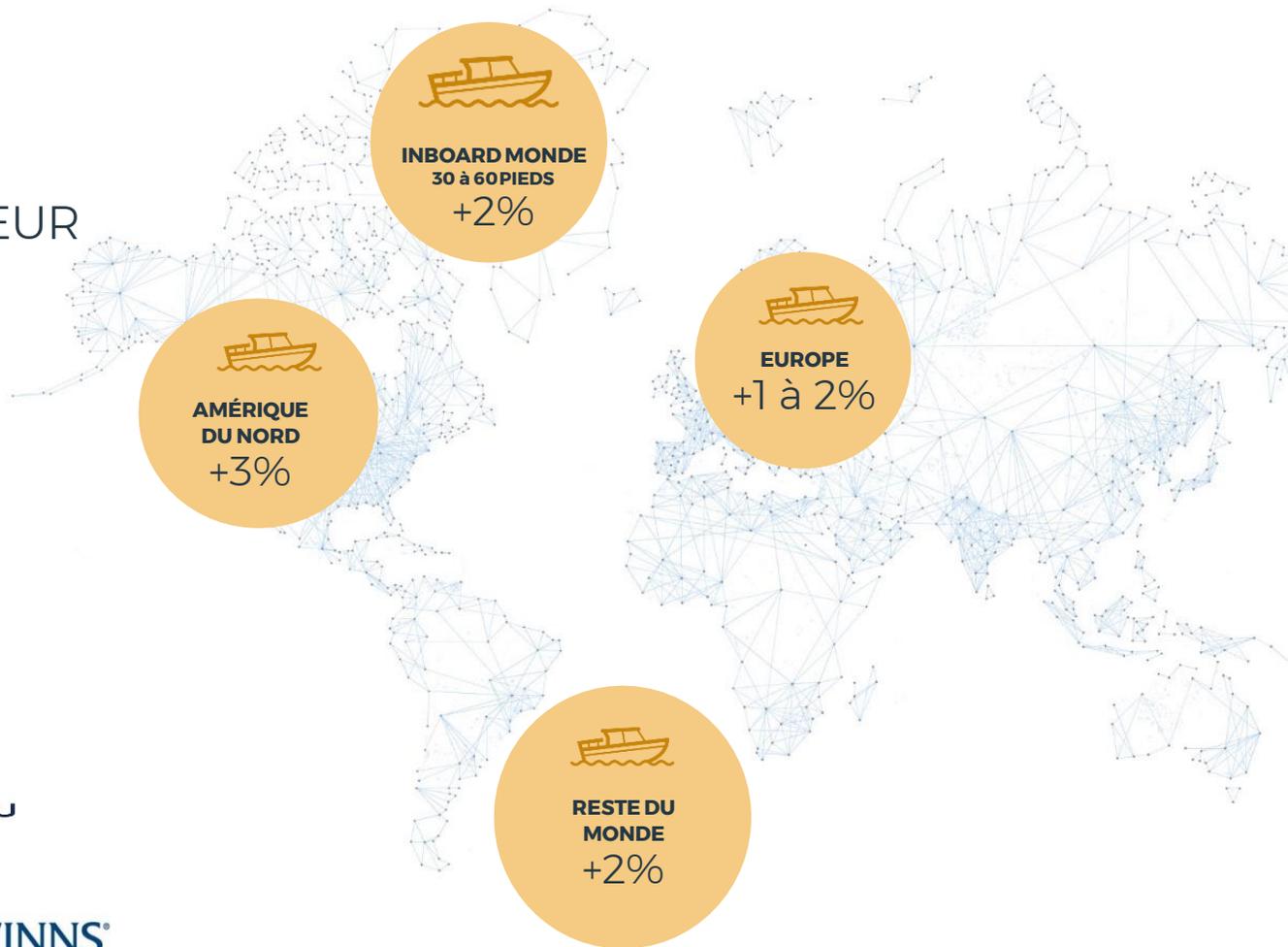
Un marché dynamique au niveau mondial dont la demande évolue vers des unités de plus grande taille et des motorisations plus puissantes.



MARCHÉ BATEAU MOTEUR INBOARD 30 à 60 pieds (9,14m à 18,28m)

Tendances CA

Un marché mondial cœur de gamme
animé par la nouveauté et l'innovation.



BENETEAU



JEANNEAU



PRESTIGE®

LUXURY MOTOR YACHTS



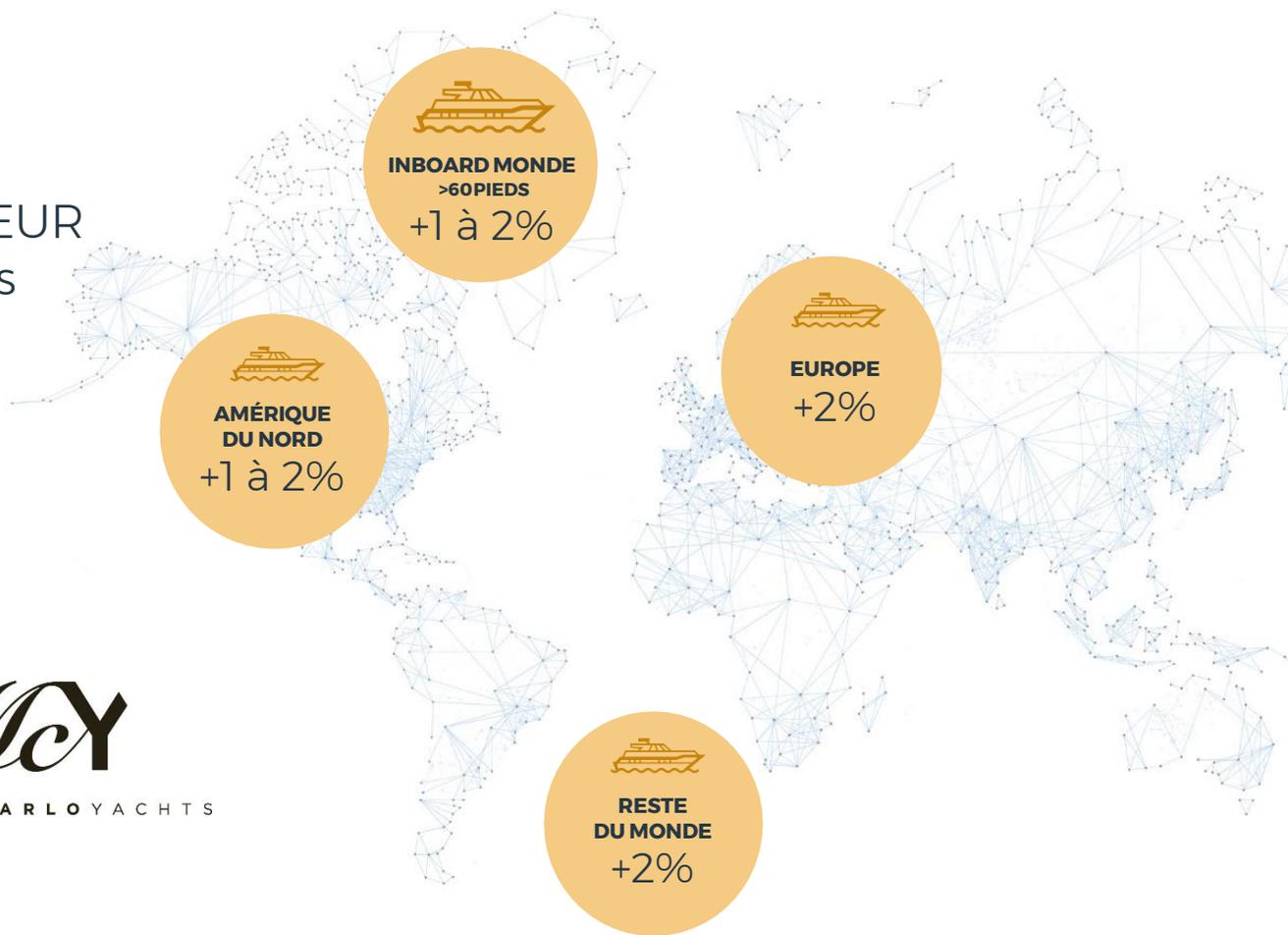
FOUR WINNS®

TENDANCES DE MARCHÉ 2018

MARCHÉ BATEAU MOTEUR INBOARD 60 à 120 pieds (18,28m à 36,56m)

Tendances CA

Un marché atomisé en volume
mais supérieur en valeur au
segment cœur de marché.



MARCHÉ DE L'HABITAT DE LOISIRS

Tendances CA



Une tendance bien orientée
sur les 2 principaux marchés
de la Division Habitat

O'HARA

Le plein de vie !

Coco
Sweet®

IRM
IDÉALE RÉSIDENCE MOBILE

FRANCE

Marché en croissance +12%

Objectif de
surperformer le marché

BENELUX

▾ Demande plus faible
suite à une saison 2016-17
moyenne pour les campings

ESPAGNE

▾ Marché plus faible
situation politique
en Catalogne

ITALIE

▴ Marché dynamique

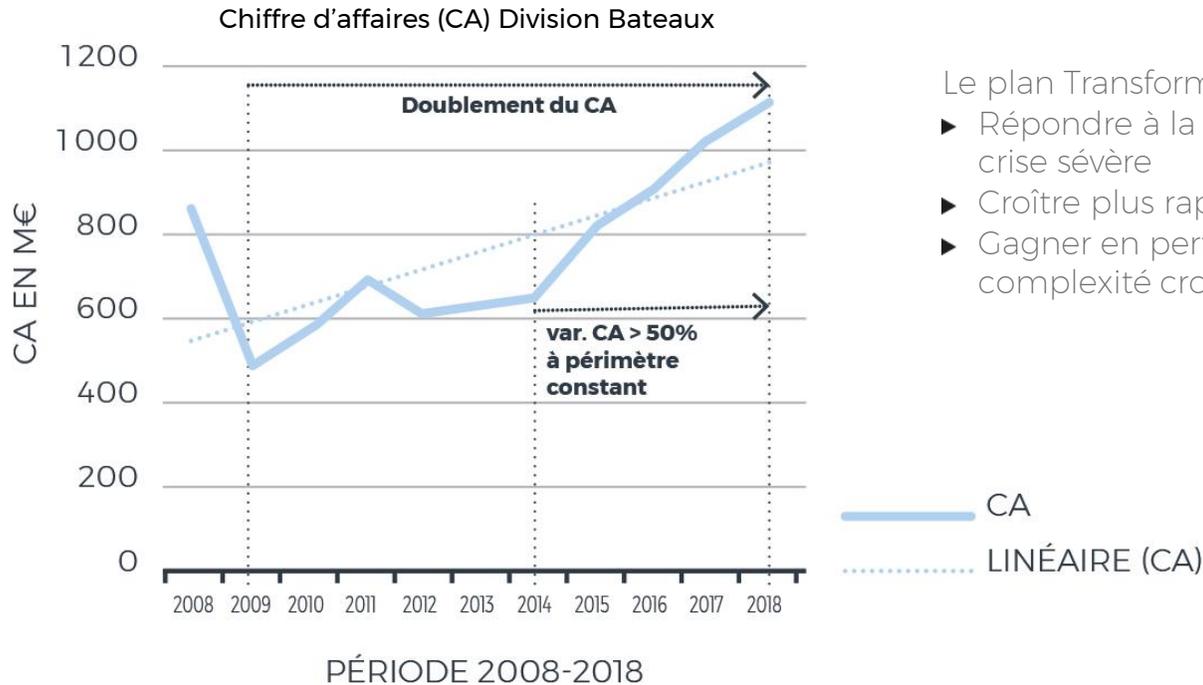
02
-

AVANCEMENT
DU PLAN

*Transform
to perform*



LE DÉFI DE LA CROISSANCE



Le plan Transform to Perform permet au Groupe de :

- ▶ Répondre à la forte reprise du marché après une crise sévère
- ▶ Croître plus rapidement que le marché
- ▶ Gagner en performance opérationnelle malgré la complexité croissante du plan produit

ASSURER UNE CROISSANCE DURABLE ET RENTABLE



CROISSANCE DURABLE



CROISSANCE DURABLE

INTERNATIONALISATION

OBJECTIFS	DIVISION BATEAUX	DIVISION HABITAT
EUROPE Renforcement des positions	<ul style="list-style-type: none">▶ Depuis 3 ans (2015-2017), croissance de +27,5% des ventes▶ Croissance 2 fois supérieure à celle du marché	<ul style="list-style-type: none">▶ Depuis 3 ans (2015-17), croissance de +30% des ventes▶ Priorité au développement en France et Italie
AMÉRIQUE DU NORD Accroître la puissance des réseaux de distribution	<ul style="list-style-type: none">▶ Depuis 3 ans, croissance de +19,1% des ventes▶ Bonne intégration des marques américaines▶ Mise en place de réseaux de distribution de 1^{er} plan▶ Structuration des équipes commerciales et industrielles sous Groupe Beneteau Americas▶ Renforcement de l'offre avec bateaux hors-bord européens produits aux USA	
MARCHÉS ÉMERGENTS Création des conditions du succès	<ul style="list-style-type: none">▶ Depuis 3 ans, croissance de +29,1% des ventes▶ Structuration des équipes commerciales en Asie Pacifique sous Groupe Beneteau Asia Pacific▶ Arrêt de la production au Brésil et réflexion sur une présence industrielle en Asie	

CROISSANCE DURABLE

INTENSIFICATION DU DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE PRODUITS ET SERVICES

OBJECTIFS	DIVISION BATEAU	DIVISION HABITAT
Gestion du portefeuille de marques	<ul style="list-style-type: none"> Pilotage et coordination par le Comité Groupe Stratégie Produits 	<ul style="list-style-type: none"> Repositionnement de l'offre IRM par rapport à O'HARA
Réorientation du plan produit	<ul style="list-style-type: none"> Accélération du plan produits: +4M EUR sur l'exercice en cours / 38 nouveautés lancées en 2018 (+30%) Investissements capacitaires pour les segments multicoques / hors-bord et production USA: 20M EUR sur l'exercice en cours 	<ul style="list-style-type: none"> Montée en gamme avec offre hôtelière O'HARA Key West Développement d'une gamme italienne
Renforcement de l'axe innovation	<ul style="list-style-type: none"> Bateau connecté: SHIP CONTROL Voile performance: foils et plans porteurs Figaro 3 Usages: boat clubs 	<ul style="list-style-type: none"> SETT d'Or de l'Innovation 2017 pour Easy Clean
Stratégie digitale	<ul style="list-style-type: none"> Plateforme de services nautiques: lancement mars 2018 OPEX 2017-18: 1,7M EUR sur un total de 3 à 5M EUR 	<ul style="list-style-type: none"> Plateforme digitale: Guide du Mobil-home

The screenshot shows the Band of Boats website. At the top, there is a navigation bar with the logo, a search bar, and links for 'Se connecter' and 'S'inscrire'. Below the navigation bar, there is a main menu with links for 'Guidez-moi', 'Vente', 'Achat', 'Location', 'Estimation', 'Blog', and 'Trouver un pro'. The main content area features a large blue banner with the text 'Naviguez, on s'occupe du reste.' Below the banner, there is a search form with three tabs: 'J'achète un bateau', 'Je loue un bateau', and 'Guidez moi'. The search form includes a search bar, radio buttons for 'Neuf' and 'Occasion', a 'Budget total' section with 'Mensualités' and 'Min € TTC' and 'Max € TTC' input fields, and a 'Chercher' button. A call-to-action box on the right says 'Un Bateau à vendre ?' with a 'Déposer une annonce' button.

STRATÉGIE DIGITALE BATEAUX & HABITAT

Achat - Vente de mobil-home - le guide conseil

Actualités | A propos | Le réseau | Contact

GUIDE du
MOBIL-HOME
PARCELLES - TERRAINS - CONSEILS

RECHERCHER UN CAMPING

LE GUIDE

MA SÉLECTION

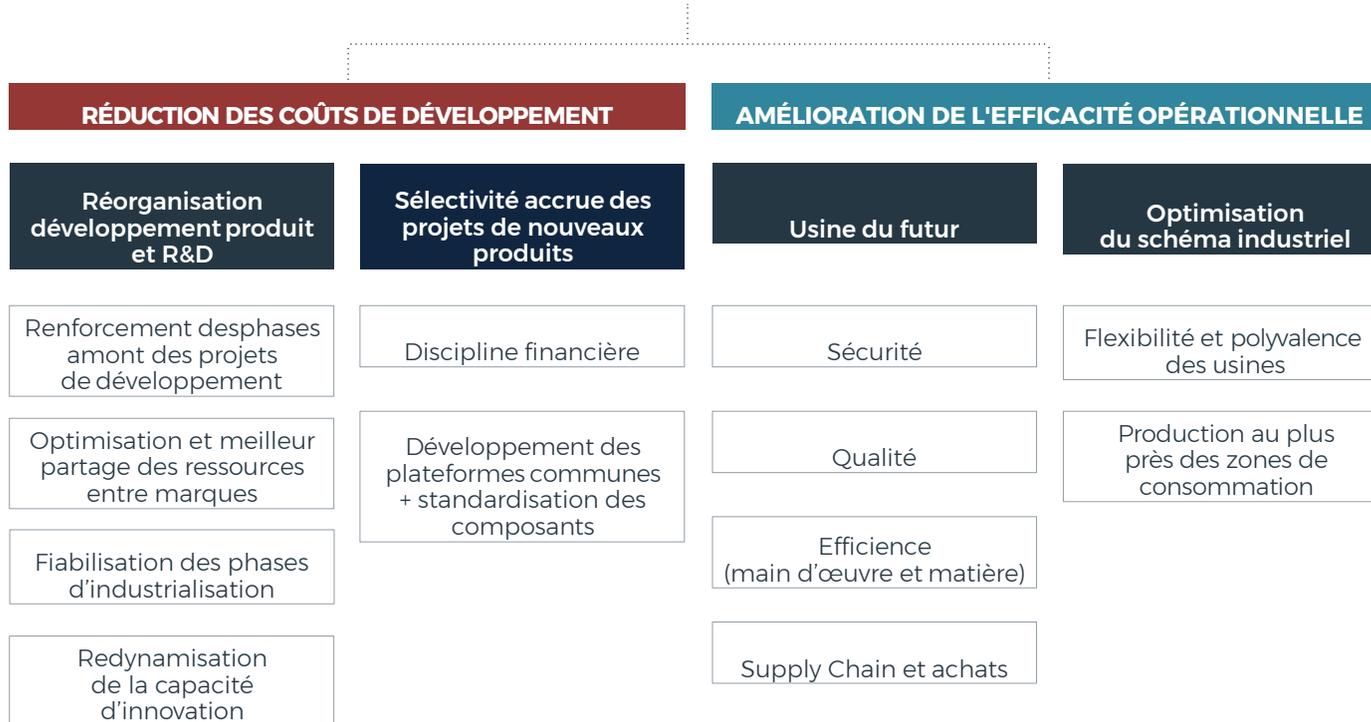
The advertisement features a modern mobile home with a wooden exterior and a covered deck, set in a lush green environment. Three call-to-action boxes are overlaid on the image:

- TROUVEZ UN TERRAIN POUR VOS WEEKENDS & VACANCES
- DEVEZ PROPRIÉTAIRE DE VOTRE MOBIL-HOME NEUF À PARTIR DE 23 600€
- AMÉNAGER ET ENTREtenir VOTRE MOBIL-HOME

CROISSANCE DURABLE

ORGANISATION ET TALENTS	
OBJECTIFS	GROUPE
Renforcement de l'organisation	<ul style="list-style-type: none">▶ Division Bateaux: plan de recrutement de 450 CDI en France et 100 postes à l'international (1/3 départs à la retraite)▶ Division Habitat: plan de recrutement de 50 CDI en France (1/3 départs à la retraite), réorganisation achevée et fusion réalisée des entités juridiques BIO et BH▶ Renforcements collaborateurs (MOI, R&D, commerce/marketing et support): 10 à 12M EUR sur l'exercice en cours
Culture managériale	<ul style="list-style-type: none">▶ Réalisation du 1^{er} baromètre d'opinion interne et définition du plan d'action managérial▶ Formations managériales: Executive MBA, Visa Manager, BIO2020
Développement des parcours de formation	<ul style="list-style-type: none">▶ Centre interne de formation technique: près de 2000 collaborateurs formés en 2017▶ Renforcement de l'intégration des intérimaires▶ Mise en place de centres de formation internes aux USA et Pologne
Communication interne : partage facilité	<ul style="list-style-type: none">▶ Déploiement outils collaboratifs, événements sportifs et de cohésion, journal interne BCOM, refonte intranet

CROISSANCE RENTABLE



CROISSANCE RENTABLE

RÉDUCTION DES COÛTS DE DÉVELOPPEMENT

OBJECTIFS	DIVISION BATEAUX
Renforcement des phases amont des projets de développement Optimisation et meilleur partage des ressources entre marques	<ul style="list-style-type: none">▶ Transformation achevée des bureaux d'études pour garantir :<ul style="list-style-type: none">▶ en amont un cadrage robuste et fiable des avant-projets▶ en aval un passage sans défaut du prototype à la production série▶ Mutualisation des services Architecture, Calcul, Maquette numérique, Techniciens concepteurs
Fiabilisation des phases d'industrialisation	<ul style="list-style-type: none">▶ Renforcement des interfaces développement produit / usines▶ Création de BE communs voile / moteur et d'un pôle Méthodes central
Redynamisation de la capacité d'innovation	<ul style="list-style-type: none">▶ Pilotage intégré de la R&D d'après 5 indicateurs / ratios▶ Organisation des Tech Days et du Symposium architectes et designers
Développement des plateformes communes + standardisation des composants	<ul style="list-style-type: none">▶ Développement de nouveautés intra-marques et inter-marques du Groupe sur la base de plateformes communes et de composants standardisés
Discipline financière	<ul style="list-style-type: none">▶ 3 critères de sélection des projets: marge sur coût direct, impact ROC, ratio ROI/ROCE

CROISSANCE RENTABLE

AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

OBJECTIFS	DIVISION BATEAUX	DIVISION HABITAT
Sécurité Diviser par 2 le taux de fréquence sur 2 ans	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plan global BSAFE: -27% d'accidents du travail avec arrêt (2017) ▶ 3500 dialogues sécurité réalisés en 2017 	
Qualité Réclamations client 2018 Bateaux: -10% Habitat: -10%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plan d'amélioration sur 3 axes qualité: développement, fournisseurs, production ▶ ISO 9001/14001/50001 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ -30% réclamations client réalisé en 2017
Efficienc (main d'œuvre et matière) 0,5 pt ROC 2020	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plan Usines du futur: progression de l'efficienc MOD pour les 19 sites de production ▶ Objectif SPBI 2018: +3 pt de productivité 	
Supply Chain et achats	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Réorganisation et spécialisation des plateformes logistiques en Vendée ▶ Mise en place de la fonction achat projet (design to cost) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Projet de plateforme logistique ▶ Optimisation de la supply chain post-ERP
Flexibilité et polyvalence des usines	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Adaptation d'un site de production monocoque pour production mono et multicoque en 2017 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plan schéma directeur industriel en place ▶ Reconversion de l'outil industriel BH
Production au plus près des zones de consommation	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Enrichissement et montée en charge des sites de production en fonction de la demande locale (ajout de nouveaux produits, ex hors-bord européens construits aux USA et bateaux américains en Pologne) 	

EFFET TRANSFORM TO PERFORM

Le plan Transform to Perform répond à un triple défi :

- ▶ Permettre à l'organisation de répondre à la forte croissance et à la complexification des produits tout en améliorant la performance opérationnelle
- ▶ Assurer la transition générationnelle et la transmission des savoirs / compétences
- ▶ Anticiper les évolutions des modes de consommation et proposer des « business model » innovants

Mieux organisé,
le Groupe possède tous
les atouts pour assurer
une croissance durable
et améliorer sa rentabilité





03
-

CARNET DE COMMANDE

ACTIVITÉ BATEAUX

Au 31/12/2017 vs 31/12/2016



SEGMENT VOILE

+25,1%

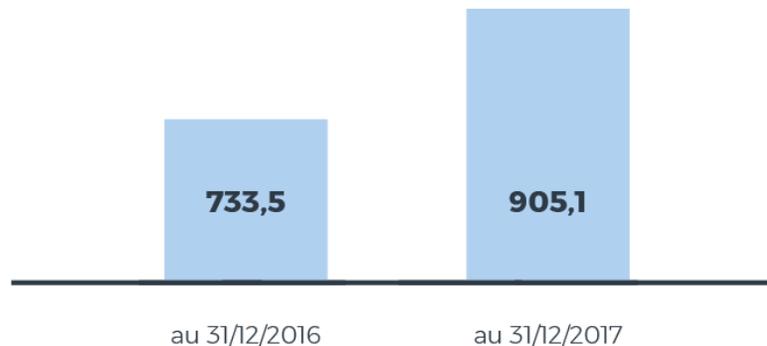


SEGMENT MOTEUR

+21,9%

Progression du carnet
de commandes en M EUR

+23,4%



La progression du carnet de commande au 31/12/2017 n'induit pas une hausse du CA annuel du même ordre de grandeur.

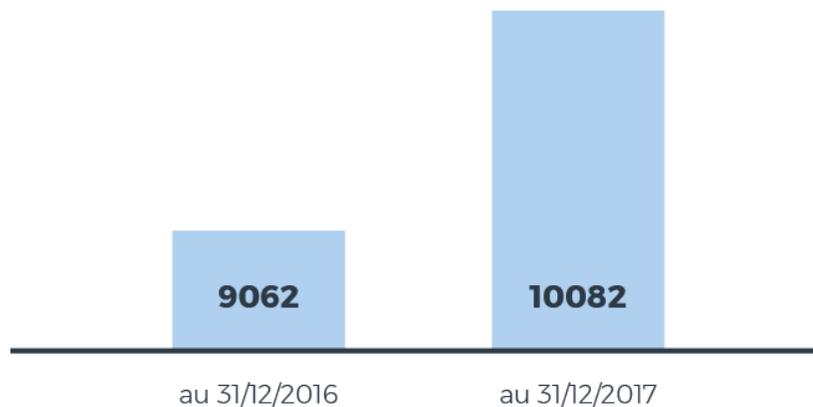
ACTIVITÉ HABITAT DE LOISIRS

Au 31/12/2017 vs 31/12/2016



Progression du carnet de commandes en unités

+11,3%



L'état du carnet de commande ne reflète pas l'évolution du chiffre d'affaires

04
-

TENDANCES 2018

UNE ANNÉE SOUS LE SIGNE DE LA CONQUÊTE

	AU 31/08/2017	TENDANCES 2018	COMMENTAIRES
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 208,3 M€	+6 à 8% CA publié +8 à 10% CA à TCC	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Activité Bateaux +5,5 à +7,5% (supérieur aux marchés) ▶ Activité Habitat de loisirs: +11 à +13% (croissance des parts de marché dans un contexte dynamique) ▶ Arrêt de l'activité Habitat résidentiel et achèvement dans de bonnes conditions des projets engagés
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	85,6 M€ (7,1%)	Stabilité du ROC en % de CA (à données publiées)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Taux de ROC en avance d'un an sur le plan Transform to Perform à taux de change constant ▶ Effet défavorable taux de change EUR/USD: 8 à 11 M€ Plan de mesures adopté pour le minimiser ▶ Retour à la participation des salariés pour la principale filiale du Groupe après apurements des reports déficitaires: 8 à 9 M€ sur cet exercice (y compris hausse de 3 M€ de l'intéressement); impact déjà intégré à l'objectif ROC 2020
INVESTISSEMENT	78,8 M€	+20% environ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Accélération du développement de nouveaux produits pour capter la croissance du marché (point haut) ▶ Développement des capacités de production pour les multicoques et les hors-bord (achèvement du plan industriel)



QUESTIONS & REPOSES



GRUPE BENETEAU

beneteau-group.com

