



Le Groupe Beneteau accélère ses lancements et enregistre des signaux positifs sur ses marchés clés

Düsseldorf, le 18 janvier 2026

A l'occasion du Boot Düsseldorf, le Groupe Beneteau confirme un choix stratégique fait il y a plusieurs mois : investir dans de nouveaux modèles et accélérer le renouvellement de ses modèles afin de stimuler activement la demande, plutôt que d'attendre la reprise du marché.

L'engouement des clients confirme la pertinence de nouveaux lancements

Ces derniers mois ont confirmé que l'envie de naviguer demeure intacte. La fréquentation du Paris Nautic Show et l'accueil réservé aux nouveaux modèles montrent que, lorsque des produits pertinents arrivent sur le marché, la demande est au rendez-vous. Les premiers signaux indiquent par ailleurs un intérêt marqué pour les derniers lancements du Groupe, porté par des contenus innovants et un positionnement tarifaire ajusté.

Cette dynamique se reflète au salon Boot Düsseldorf, où le Groupe Beneteau présente **8 marques et 53 bateaux**, dont **5 premières mondiales**, avec le soutien de son réseau international de concessionnaires, dans le cadre de l'un des événements nautiques les plus internationaux de l'année.

Un plan produit dynamique et structuré, conçu pour offrir une livraison rapide et à grande échelle

La stratégie du Groupe reste constante : accélérer le renouvellement des produits grâce à des propositions de valeur plus fortes, une conception maîtrisée en termes de coûts et une innovation axée sur le client.

D'ici 2027, le Groupe prévoit le lancement de **66 nouveaux modèles**, ce qui permettra de renouveler plus de **50 %** du portefeuille en moins de trois ans, toutes marques et tous segments de marché confondus. Il s'agit là de l'une des transformations de portefeuille les plus rapides et les plus complètes du secteur.

Une dynamique déjà confirmée par des premières distinctions internationales

Cette accélération est d'ores et déjà saluée par 15 distinctions obtenues en 2025. Elle est à nouveau consacrée cette année au salon Boot de Düsseldorf par deux titres de "Yacht européen de l'année 2026" décernés au BENETEAU First 30 et au catamaran Excess 13.

JEANNEAU fait son entrée sur le marché porteur des catamarans à moteur avec la gamme TH



Avec les nouveaux **TH33** et **TH38**, présentés en première mondiale au Boot Düsseldorf, JEANNEAU fait son entrée sur le segment des multicoques à moteur. Initialement développé sous la marque FOUR WINNS, le concept TH est désormais pleinement intégré au portefeuille JEANNEAU, afin d'accompagner la montée en puissance de ces usages à travers l'une des marques les plus internationales du Groupe et son réseau de concessionnaires.

Cette nouvelle gamme répond aux attentes de clients en quête de bateaux polyvalents, faciles à utiliser, au design affirmé, offrant une nouvelle manière de naviguer avec confort et élégance, notamment sur des marchés clés comme la Méditerranée et les États-Unis.

Des priorités claires guidées par les usages, l'accessibilité et la montée en gamme

Monocoques à voile : De la performance accessible à la voile haut de gamme

Plusieurs nouveaux modèles lancés au cours des douze derniers mois illustrent une stratégie combinant accessibilité et montée en gamme. Le **Beneteau First 30**, déjà adopté par environ 150 propriétaires dans le monde entier, confirme la demande pour



des voiliers performants et accessibles, tandis que le **Beneteau First 60**, le plus grand jamais construit, s'adresse au segment des voiliers haute performance. Les gammes sont également renouvelées avec des modèles tels que le **Jeanneau Sun Odyssey 415 et 455**, et le **Beneteau Oceanis 47 et 52**, renforçant ainsi la position du Groupe sur le marché des voiliers monocoques.



Multicoques : des positionnements affirmés pour répondre à tous les styles de navigation



Sur le marché du multicoque, l'innovation doit répondre à des modes de vie et à des pratiques de navigation clairement différenciés. Des modèles comme le **Lagoon 38** et l'**Excess 13** illustrent cette approche, avec des positionnements distincts en termes de confort, de sensations de navigation et d'expérience à bord. Cette stratégie de marques permet au Groupe de répondre à une clientèle plus large tout en renforçant l'identité propre de chaque univers.

Au-delà de la plaisance privée, le développement des multicoques est également étroitement lié aux usages professionnels, faisant de la location une dimension clé de la stratégie produits du Groupe sur plusieurs gammes.

Charter (marché de la location) : un levier clé pour démocratiser la navigation et renouveler les flottes



La location (charter) constitue un levier stratégique majeur pour le Groupe Beneteau, en permettant à un public plus large d'accéder à la navigation de plaisance tout en accompagnant le renouvellement des flottes professionnelles. Les exigences spécifiques du charter sont intégrées en amont dans le développement des nouveaux modèles, plusieurs lancements ayant été conçus en étroite collaboration avec des opérateurs de location.

Aujourd'hui, près de 60 % des nouveaux modèles de monocoques et multicoques sont conçus pour un usage en charter. Le Jeanneau Sea Loft 480 illustre cette approche, avec des aménagements pensés pour simplifier la vie à bord et offrir une expérience de navigation accessible et durable.

Motor yachting : une porte d'entrée vers le yachting jusqu'au haut de gamme

Sur le segment du motor yachting, le renouvellement rapide de la gamme favorise à la fois l'accès à l'entrée de gamme et la progression vers le haut de gamme. En moins de douze mois, BENETEAU a lancé trois nouveaux modèles Gran Turismo et deux nouveaux Swift Trawler, tandis que les Gran Turismo édition limitée Alpine, développées en collaboration avec Alpine, présentent un design plus sportif et plus distinctif.

Dans le même temps, PRESTIGE continue d'élargir sa gamme de multicoques avec la M7 et la M8 deuxième génération, tout en introduisant la nouvelle Prestige F6.7 comme fleuron de la gamme F-Line, renforçant ainsi les possibilités d'évolution au sein de la gamme.



Dayboating : la multiplication des usages tire la dynamique du segment



Sur le segment du dayboating, l'innovation est portée par la polyvalence et par des usages tournés vers l'exploration et la liberté de navigation. JEANNEAU renforce ainsi son leadership avec le Merry Fisher 1095 Coupé Série2, pensé pour accompagner une grande diversité d'usages, de la sortie côtière aux escapades plus lointaines, tout en élargissant son offre avec la nouvelle gamme de catamarans à moteur TH.



Parallèlement, WELLCRAFT accélère son développement à l'international avec les nouveaux 28 T-Top et 28 Explorer, dans le sillage du succès du 38 T-Top, qui a généré plus de 100 précommandes avant son lancement, confirmant la forte traction commerciale de la marque en Europe et aux États-Unis.

Une stratégie à long terme fondée sur l'innovation, la pertinence des offres et la capacité d'exécution

L'innovation et l'investissement restent des choix stratégiques délibérés pour stimuler la demande dans un environnement exigeant. Que ce soit pour la voile ou le moteur, les premiers signaux du marché confirment que cette stratégie suscite un vif intérêt chez les clients. Fort de **neuf marques complémentaires, de solides capacités industrielles et d'un réseau mondial de concessionnaires**, le Groupe Beneteau est en mesure de déployer rapidement et de manière cohérente ses innovations sur tous les marchés.



« Nous avons choisi d'investir et d'accélérer lorsque le marché est devenu plus exigeant, car c'est précisément à ce moment-là que l'innovation est la plus importante pour les clients. »
Gianguido GIROTTI, Directeur général

Avec une feuille de route accélérée et des marques clairement positionnées, le Groupe Beneteau continue de se concentrer sur les leviers de croissance à long terme : des produits pertinents, des expériences de navigation accessibles et des identités de marque fortes.

A PROPOS DU GROUPE BENETEAU

Fondé en Vendée il y a 140 ans par Benjamin Bénéteau, le Groupe Beneteau est aujourd'hui un acteur mondial de référence dans l'industrie nautique. Fort d'une présence industrielle internationale avec 16 sites de production et d'un réseau commercial mondial, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1 Md€ en 2024 et emploie plus de 6 500 collaborateurs, principalement en France, aux États-Unis, en Pologne, en Italie, au Portugal et en Tunisie.

Fidèle à sa mission – *Bringing dreams to water* – le Groupe Beneteau imagine et conçoit des bateaux et des services offrant une expérience de navigation unique. À travers ses neuf marques, sa division Bateau propose plus de 135 modèles de plaisance, répondant à la diversité des usages et des projets de navigation de ses clients, à voile ou à moteur, en monocoque ou en catamaran.

À travers sa division Boating Solutions, le Groupe est également présent dans les activités de services de location à la journée ou à la semaine, marinas, digital et financement.

CONTACT MEDIAS

Barbara BIDAN
Corporate Communication Director
b.bidan@beneteau-group.com
Tel +33 / (0)6 02 17 13 14

www.beneteau-group.com