GROUPE BENETEAU

2014 | 2015

SOMMAIRE | INSIDE

5
INTERVIEW - YVES LYON-CAEN
INTERVIEW - YVES LYON-CAEN

6
INTERVIEW - HERVÉ GASTINEL
INTERVIEW - HERVÉ GASTINEL

8
CONSEIL DE SURVEILLANCE
SUPERVISORY BOARD

10
DIRECTOIRE
MANAGEMENT BOARD

14
CHIFFRES CLEFS
KEY FIGURES

18
EDITORIAL DU DIRECTEUR FINANCIER
CHIEF FINANCIAL OFFICER EDITORIAL

19
EDITORIAL DE LA DRH
HUMAN RESOURCES DIRECTOR EDITORIAL

22
LA VIE DU GROUPE / FAITS MARQUANTS
GROUP LIFE / HIGHLIGHTS

26
LES MARQUES DU GROUPE BÉNÉTEAU
BÉNÉTEAU BRANDS

46
TECHNOLOGIES
TECHNOLOGIES

48
FONDATION
FOUNDATION

50
VU DE L'ENTREPRISE
INSIDE THE COMPANY

54
SERVICES
SERVICES

MERRY FISHER 7.95 - JEANNEAU

« Renouveau et continuité : le leader mondial du nautisme solidement paré pour l'embellie du marché »

YVES LYON-CAEN
Président du Conseil de Surveillance
Chairman of the Supervisory Board

L'année 2014-2015 a été marquée par une série de nominations : quels ont été les changements du Groupe en matière de gouvernance ?

YVES LYON-CAEN : « Le Groupe a connu en 2014-2015 des évolutions importantes de sa gouvernance, dans le cadre d'une continuité de ses orientations stratégiques comme de son actionnariat familial. Ces évolutions ont été rendues nécessaires par l'organisation des plans de succession de l'équipe de direction et par la préparation d'une relève progressive au sein de l'actionnariat familial.

Au printemps 2014, Annette Roux a proposé au Conseil de Surveillance que son fils Louis-Claude Roux lui succède à la vice-Présidence du Conseil. Le Conseil a souhaité parallèlement qu'elle conserve la Présidence du Comité Stratégique.

A cette première évolution s'est ajouté un renouveau important de l'équipe dirigeante. Fin mai, Christophe Caudrelier a rejoint le Directoire et pris en charge directement la Direction Financière. Début juillet, le Groupe a accueilli une nouvelle Directrice des Ressources Humaines, Corinne Margot. Fin juillet, le Conseil de Surveillance a nommé Hervé Gastinel Président du Directoire en remplacement de Bruno Cathelinais. Enfin, à la fin de l'exercice, Dieter Gust a quitté le Directoire et la Direction Générale de la division Bateaux, car atteint par la limite d'âge. Son remplacement à ce poste n'est pas envisagé.

Comment comprendre ces évolutions en matière de priorités stratégiques ?

Ce renouveau générationnel s'inscrit dans une continuité réaffirmée des orientations stratégiques du groupe : affirmer son leadership mondial en voile, poursuivre son développement sur le marché du moteur, étendre son offre vers les unités de plus grande taille, et enfin renforcer sa présence sur le marché d'Amérique du Nord.

Quelles sont vos perspectives ?

Ces quatre lignes de force, qui guident le développement du Groupe depuis plusieurs années, sont d'autant plus justifiées que, pour la première année depuis 2008-2009, le marché mondial de la plaisance est à nouveau en croissance. Cette croissance estimée à environ +5% est principalement alimentée par le dynamisme retrouvé du marché européen et par la poursuite de la croissance du marché américain. Cet environnement favorable - qui devrait se maintenir en 2016 - a permis au Groupe de franchir une première étape d'amélioration de sa rentabilité. »

« Regeneration and continuity: the world's leading boat builder is strongly positioned for the market to pick up again.»

FY 2014-15 was marked by a series of appointments: what changes has the Group made to its governance?

« In 2014-15, the Group made some significant changes to its governance, ensuring continuity with its strategic roadmap and its family shareholding structure. These changes were required for the organization of succession plans for the leadership team, while preparing for a gradual handover within the family shareholding unit.

In spring 2014, Annette Roux invited the Supervisory Board to appoint her son Louis-Claude Roux to succeed her as the Board's Vice Chairman. Alongside this, the Board wanted her to continue to chair the Strategic Committee.

This initial change was followed by a significant regeneration of the leadership team. At the end of May, Christophe Caudrelier joined the Management Board, taking on direct responsibility for the Finance Division. In early July, the Group welcomed Corinne Margot on board as its new Head of Human Resources. At the end of July, the Supervisory Board appointed Hervé Gastinel as Chairman of the Management Board, replacing Bruno Cathelinais. Lastly, at the end of the financial year, Dieter Gust stepped down from his position on the Management Board and as CEO of the Boat division, after reaching the maximum age limit. There are no plans to replace him in this position.

What do these changes mean in terms of your strategic priorities?

This generational regeneration is clearly aligned with the continuity of the Group's strategic roadmap: building on its position as the world leader for sailing yachts, continuing to develop its business on the motorboat market, expanding its range to include larger units and lastly, further strengthening its presence on the North American market.

What is your outlook?

These four strategic areas, which have been guiding the Group's development for several years, are especially relevant as the global recreational boat market is growing again for the first time since 2008-09. This growth, estimated at around +5%, is being driven primarily by the upturn on the European market and continued growth on the American market. This buoyant environment - which is expected to continue in 2016 - has enabled the Group to take a first step towards improving its profitability.»

« Le Groupe Bénéteau ouvre aujourd'hui une nouvelle phase de sa transformation alors que les mutations industrielles et digitales s'accélèrent. »

HERVE GASTINEL
Président du Directoire
Chairman of the Management Board

Quel bilan faites-vous de l'exercice 2014-2015 ?

HERVE GASTINEL : « L'année 2014-2015 marque pour le Groupe Bénéteau le retour à la croissance avec des résultats en nette progression. Porté par la dynamique du secteur et sa forte capacité d'innovation, le chiffre d'affaires annuel du Groupe affiche une croissance de +20% à 969,5 M€ et le résultat net progresse de +39% à 12,8 M€ en données publiées.

Quelles étapes décisives ont été franchies au cours de l'exercice ?

Grâce au soutien indéfectible de son actionnariat familial, le Groupe Bénéteau a maintenu ses investissements dans le contexte économique toujours incertain et l'environnement très concurrentiel des années précédentes. Il en tire aujourd'hui les premiers bénéfices sur ses marchés clés en reprise, l'Europe et les Etats-Unis. L'acquisition de Rec Boat Holdings lui permet également de renforcer son implantation sur le marché nord-américain, incontournable pour la plaisance. Si ses racines sont profondément ancrées en Vendée, une présence sur les cinq continents permet au Groupe de mieux repartir ses risques et de profiter d'une reprise mondiale qui tarde à se manifester sur le marché français.

Quelles sont les priorités pour l'exercice à venir ?

L'innovation et la maîtrise des coûts de revient ont permis au Groupe Bénéteau de conforter son statut de leader international de la Voile et d'acteur majeur du bateau à Moteur ainsi que de l'Habitat de loisir ou résidentiel à haute performance environnementale. La complémentarité de ses métiers, la qualité de son bilan et un savoir-faire unique qui remonte à plus de 130 ans d'expérience créative en font aujourd'hui une entreprise dynamique, prête à saisir les nouvelles opportunités d'un monde en pleine transformation.

Le Groupe Bénéteau ouvre aujourd'hui une nouvelle phase de sa transformation alors que les mutations industrielles et digitales s'accélèrent. Il se concentre sur ses nouvelles priorités stratégiques : accélération de l'internationalisation de son offre, plus forte segmentation de sa gamme de produits pour répondre aussi bien à la demande de la clientèle haut de gamme qu'à celle des primo-accédants, renforcement de l'offre de services différenciants en appui de son réseau de concessionnaires.

C'est pour moi une très grande fierté d'être arrivé aux commandes d'un tel Groupe, solide et animé par des équipes passionnées. Avec beaucoup d'enthousiasme, nous allons, ensemble, relever les nouveaux défis du Groupe Bénéteau.»

« Today, the Bénéteau Group is embarking on a new phase in its transformation, while the industrial and digital transformations are gaining pace.»

How would you assess FY 2014-15?

HERVE GASTINEL: « *For the Bénéteau Group, 2014-15 was marked by its return to growth, with earnings progressing significantly. Buoyed by the industry's dynamic development and its strong capacity for innovation, the Group's full-year revenues are up +20% to €969.5 million, with net income climbing +39% to €12.8 million on a reported basis.*

What decisive steps were taken during the year?

Thanks to the enduring support of its family shareholders, the Bénéteau Group has been able to continue making investments, faced with the persistent economic uncertainty and highly competitive environment from previous years. Today, it is seeing the first benefits of this on its key markets, Europe and the US, which are picking up again. Its acquisition of Rec Boat Holdings has also enabled it to further strengthen its position in North America, a crucial market for recreational boats. While it has deep roots in France's Vendée region, its presence across the five continents means that the Group is able to spread its risks more effectively and benefit from a global recovery that is taking some time to be seen on the French market.

What are your priorities for the next year?

By innovating and ensuring effective control over cost prices, the Bénéteau Group has been able to consolidate its position as the international market leader for sailing yachts and a major player for motorboats, as well as leisure homes and sustainable eco-housing. Our dynamic company is ready to capitalize on the new opportunities opening up in a rapidly changing world thanks to its complementary business lines, its robust balance sheet and its unique know-how, drawing on over 130 years of creative experience.

Today, the Bénéteau Group is embarking on a new phase in its transformation, while the industrial and digital transformations are gaining pace. It is focusing on its new strategic priorities: accelerating the international development of its offering, building stronger segmentation across its range of products in line with the demands of both high-end customers and first-time buyers, while further strengthening the differentiating services provided to support its dealer network.

I feel very proud to be at the helm of such a strong Group, driven on by passionate teams. With a lot of dedication, we will meet the Bénéteau Group's new challenges together.»

OCEANIS 55 - BENETEAU

LE GROUPE BÉNÉTEAU EST UNE SOCIÉTÉ ANONYME À CONSEIL DE SURVEILLANCE ET DIRECTOIRE, organisation lui permettant de distinguer les fonctions de gestion et de contrôle dévolues à chacune de ces deux instances.

THE BÉNÉTEAU GROUP IS A LIMITED COMPANY WITH MANAGEMENT AND SUPERVISORY BOARDS, with this organization enabling it to separate the management and control functions assigned to each of these two bodies.

SUN ODYSSEY 449 - JEANNEAU

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE
est constitué de 10 membres :
The Supervisory Board has 10 members:

- **Yves Lyon-Caen,**
  Président du Conseil de Surveillance
  Chairman of the Supervisory Board;
- **Louis-Claude Roux,**
  Vice-Président du Conseil de Surveillance
  Vice-Chairman of the Supervisory Board;
- **Annette Roux**;
- **Catherine Pourre**
  (considérée comme membre indépendant
  / *considered to be an independent member*);
- **Yvon Bénéteau**;
- **Benjamin Bénéteau**;
- **Claude Brignon**
  (considéré comme membre indépendant
  / *considered to be an independent member*);
- **Luc Dupé**;
- **Jean-Pierre Goudant**
  (considéré comme membre indépendant
  / *considered to be an independent member*);
- **Christian de Labriffe**
  (considéré comme membre indépendant
  / *considered to be an independent member*).

Le Conseil de Surveillance exerce un contrôle sur la gestion, les affaires générales et les activités de la société. Il est également investi d'une mission de conseil auprès du Directoire.

The Supervisory Board exercises control over the company's general affairs, management and activities. It also has a mission to advise the Management Board.

Le Conseil de Surveillance a constitué en son sein 3 Comités :

• COMITÉ STRATÉGIQUE

Il est présidé par Annette Roux. Et ses membres sont Claude Brignon et Yves Lyon-Caen.

Des membres du Directoire et de l'entreprise peuvent s'y rajouter selon l'ordre du jour.

Le Comité Stratégique a pour mission principale de porter une appréciation sur les éléments constitutifs essentiels de la stratégie de développement du groupe et notamment le plan produits, le « business plan » à trois ans et les orientations de la politique d'image et de communication.

Le Comité est également saisi des opérations d'acquisitions/cessions.

• COMITÉ D'AUDIT ET DES RISQUES

Il est présidé par Christian de Labriffe. Et ses membres sont Catherine Pourre, Jean-Pierre Goudant et Yves Lyon-Caen.

Des membres du Directoire et de l'entreprise peuvent s'y rajouter selon l'ordre du jour.
Avec un focus particulier sur les comptes, le contrôle et les risques, les compétences du Comité d'Audit et des Risques couvrent notamment :

• LE CONTRÔLE DU DIRECTOIRE et la remise de conseils sur les questions ayant trait aux contrôles internes de gestion et de maîtrise des risques,

• LE CONTRÔLE DES INFORMATIONS FINANCIÈRES de la société qui lui sont soumises,

• LE CONTRÔLE DE LA POLITIQUE DE LA SOCIÉTÉ en matière d'optimisation fiscale,

• LE CONTRÔLE DU FINANCEMENT DE LA SOCIÉTÉ,

• L'ENTRETIEN DE CONTACTS FRÉQUENTS et le contrôle des relations avec les commissaires aux comptes, du suivi de leurs recommandations et observations ; la proposition de procédures pour leur sélection.

• COMITÉ CHARGÉ DE LA GOUVERNANCE, DES NOMINATIONS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Il est présidé par Yves Lyon-Caen. Et ses membres sont Annette Roux, Catherine Pourre, Christian de Labriffe et Claude Brignon.

Des membres du Directoire et de l'entreprise peuvent s'y rajouter selon l'ordre du jour.

Le Comité de la Gouvernance, des Nominations et des Rémunérations conseille le Conseil de Surveillance et prépare ses décisions sur les questions couvrant notamment :

• LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE,

• LES NOMINATIONS,

• LA RÉMUNÉRATION.

From among its members, the Supervisory Board has set up three committees:

• STRATEGIC COMMITTEE

It is chaired by Annette Roux. And its members are Claude Brignon and Yves Lyon-Caen.

Management Board members and company representatives may be invited to attend sessions depending on the agenda.

The Strategic Committee's primary mission is to assess the core components of the Group's development strategy and particularly its product plan, its three-year business plan and the guidelines for its communications and image policy.

The Committee is also responsible for acquisitions and sales operations.

• AUDIT AND RISK COMMITTEE

It is chaired by Christian de Labriffe And its members are Catherine Pourre, Jean-Pierre Goudant and Yves Lyon-Caen.

Management Board members and company representatives may be invited to attend sessions depending on the agenda.

With a particular focus on the accounts, control and risks, the Audit and Risk Committee covers various aspects, including:

• CONTROLLING THE MANAGEMENT BOARD and providing advice on matters relating to internal control and risk management,

• CONTROLLING THE COMPANY'S FINANCIAL, information submitted to it,

• CONTROLLING THE COMPANY'S TAX OPTIMIZATION POLICY,

• CONTROLLING THE COMPANY'S FINANCING,

• MAINTAINING FREQUENT CONTACTS and controlling relations with the statutory auditors, monitoring their recommendations and observations; proposing procedures for their selection for this position.

• GOVERNANCE, APPOINTMENTS AND COMPENSATION COMMITTEE

It is chaired by Yves Lyon-Caen. And its members are Annette Roux, Catherine Pourre, Christian de Labriffe and Claude Brignon.

Management Board members and company representatives may be invited to attend sessions depending on the agenda.

The Governance, Appointments and Compensation Committee advises the Supervisory Board and prepares its decisions relating to various aspects, including:

• CORPORATE GOVERNANCE,

• APPOINTMENTS,

• COMPENSATION.

De gauche à droite *from left to right:* Aymeric Duthoit, Christophe Caudrelier, Hervé Gastinel, Carla Demaria, Jean-Paul Chapeleau.

LE DIRECTOIRE est constitué de 5 membres
***The Management Board has five members*:**

- **Hervé Gastinel**
  Président du Directoire de BENETEAU S.A. Il assure également la Direction Générale de la Division Bateaux. Il a rejoint le GROUPE BENETEAU le 26 Août 2015, après avoir occupé notamment la fonction de Directeur Général puis de Président de TERREAL (2000-2015).
  BENETEAU S.A. Management Board Chairman. He is also CEO of the Boat Division. He joined the BENETEAU GROUP on August 26, 2015, after notably serving as CEO then Chairman of TERREAL (2000-2015).

- **Carla Demaria**
  Membre du Directoire de BENETEAU S.A. Elle assure également la Direction Générale de la marque BENETEAU ainsi que la Présidence de MONTE CARLO YACHT SPA.
  BENETEAU S.A. Management Board member. She is also CEO of the BENETEAU brand, and President of MONTE CARLO YACHT SPA.

- **Jean-Paul Chapeleau**
  Membre du Directoire de BENETEAU S.A. Il assure également la Direction Générale des marques JEANNEAU et PRESTIGE.
  BENETEAU S.A. Management Board member. He is also CEO of the JEANNEAU and PRESTIGE brands.

- **Aymeric Duthoit**
  Membre du Directoire de BENETEAU S.A. Il assure également la Direction Générale de la Division Habitat.
  BENETEAU S.A. Management Board member. He is also CEO of the Housing Division.

- **Christophe Caudrelier**
  Membre du Directoire de BENETEAU S.A. Il assure également la Direction Financière du Groupe. Il a rejoint le GROUPE BENETEAU le 4 Juin 2015, après avoir occupé notamment la fonction de Directeur Financier chez DCNS (2011-2015) et chez VALEO (1994-2011).
  BENETEAU S.A. Management Board member. He is also the Group's Chief Financial Officer. He joined the BENETEAU GROUP on June 4, 2015, after notably serving as Chief Financial Officer at DCNS (2011-2015) and VALEO (1994-2011).

MCY 76 - MONTE CARLO YACHTS

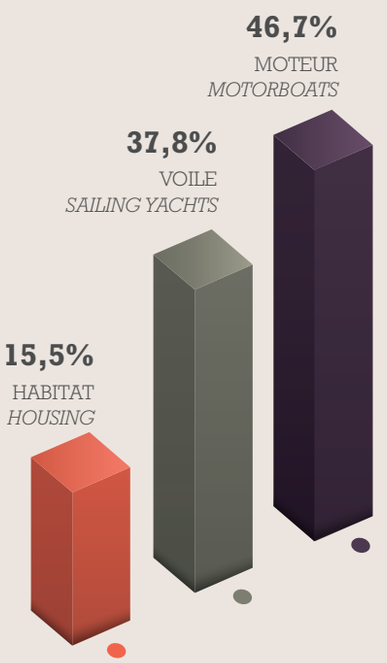
BORDEAUX 60 - CNB

JEANNEAU 54

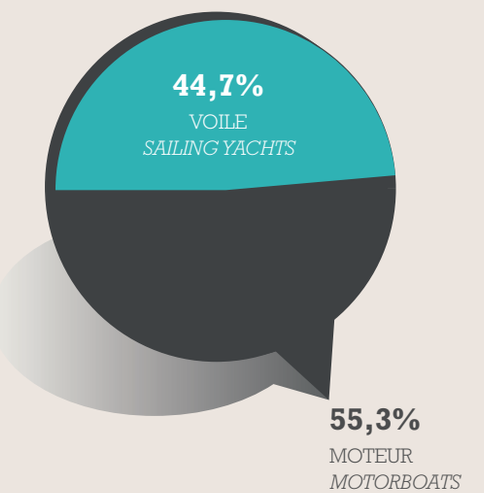
#1

LE GROUPE BÉNÉTEAU EST LE N°1 MONDIAL DES CONSTRUCTEURS DE VOILIERS - monocoques et multicoques - et l'un des tout premiers acteurs mondiaux sur le marché des bateaux à moteur. Avec l'acquisition de la société Rec Boat Holdings, LLC, il complète ses gammes de bateaux à moteur de moins de 12 mètres. Il occupe également une place de leader sur le marché européen de l'habitat de loisirs et se développe sur le marché de l'habitat résidentiel à haute performance environnementale.

RÉPARTITION CA GROUPE
Breakdown of Group Revenues

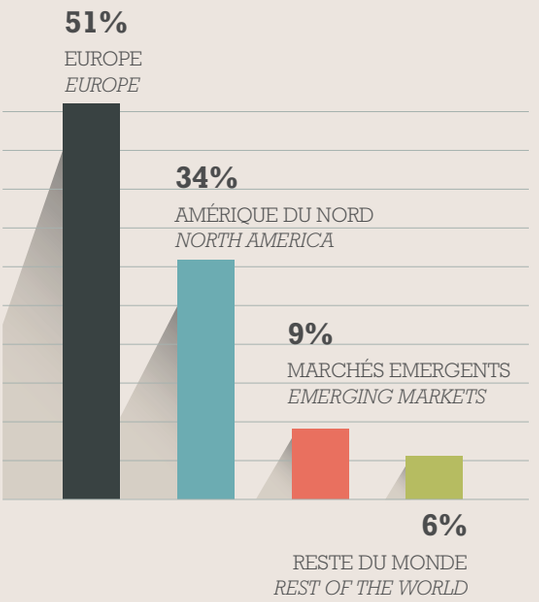


RÉPARTITION CA BATEAUX (HORS FLOTTE)
Breakdown of Boat revenues (excluding Fleet)



THE BÉNÉTEAU GROUP IS THE WORLD'S NUMBER ONE SAILING YACHT BUILDER - both mono and multi-hull - and a global market leader for motorboats. With its acquisition of the US firm Rec Boat Holdings LLC, it has further strengthened its range of motorboats under 12 meters. It is also a leading player on the European leisure home market and is developing its business on the market for sustainable eco-housing.

VENTES BATEAUX PAR RÉGION
Boat Sales in each region



DE SOLIDES ATOUTS POUR LA CROISSANCE
Strong assets for growth

Près de 8 500 bateaux fabriqués dans le monde chaque année.
Nearly 8,500 boats produced worldwide each year.

Nombre de modèles de bateaux : plus de 200
Number of boat models: over 200

7 000 collaborateurs dans le monde, dont 5 500 en France / 4 500 en Vendée.
Nearly 7,000 employees around the world, including 5,500 in France and 4,500 in France's Vendée region.

Détenu à 54,36% par son actionnaire familial, le Groupe Bénéteau bénéficie d'une situation financière solide qui lui confère les moyens d'investir dans les produits et l'outil industriel.
With 54.36% of its capital owned by the family shareholding unit, the Bénéteau Group has a sound financial position, enabling it to invest in its products and industrial capabilities.

SKI
OFF
GEAR
N
0.0
MPH
10.0
MODES
34
FUEL %
13.2 HRS
13.2HRS
sxm
FM
AM

Scarab

« Un Groupe transformé pour une performance renforcée »

CHRISTOPHE CAUDRELIER
Directeur Financier
Chief Financial Officer

L'exercice 2014/2015 a marqué le retour de la croissance pour le Groupe Bénéteau : croissance organique avec des marchés bien orientés pour le bateau en Amérique du Nord et en Europe et croissance externe avec l'intégration de la société RecBoat. Pendant les années de crise, le Directoire, soutenu par l'actionnaire familial, a engagé une stratégie d'investissements produits et industriels de plus de 190M€ sur 3 ans. Les marques du Groupe ont bénéficié d'une gamme renouvelée et ont pu tirer profit de cette dynamique. Le chiffre d'affaires de l'activité bateaux atteint 819,3M€ en 2015, en croissance de +26% par rapport à l'exercice précédent.

La situation financière du Groupe est saine. Le résultat net (part du Groupe) est en progression de +39% à 12,8M€, le niveau d'endettement net représente moins de 10% des capitaux propres.

Nous devons maintenant nous attacher à l'amélioration de nos marges et de notre rentabilité par :

- **Une meilleure maîtrise de nos risques.**
  Nous avons été doublement pénalisés lors de l'exercice 2014/2015 par la défaillance d'un concessionnaire au Canada et d'un partenaire dans le design de nos bateaux. Nous allons renforcer nos dispositifs internes d'évaluation et de suivi de nos risques de contrepartie. Un comité des risques clients se réunit plusieurs fois par mois pour analyser la situation de chaque concessionnaire. Les bateaux doivent être payés en totalité ou faire l'objet d'un accord de financement avant tout départ d'usine. Toute dérogation à ce principe doit être dument approuvée par le Directoire. En 2014/2015, le résultat financier a également été pénalisé par les couvertures du risque de change. Le Groupe a pris la décision de se couvrir exclusivement par des instruments sans risque permettant de garantir la marge prévue lors de l'établissement de ses tarifs.
- **La maîtrise de nos coûts,** avec une attention particulière sur la réduction de nos dépenses de développement et l'amélioration de la chaine logistique,
- **Une optimisation de notre besoin de fonds de roulement et de notre trésorerie,**
- **La transformation de l'entreprise avec des process plus efficaces et plus intégrés.**

Par la mise en place d'outils de reporting et de contrôles efficaces, la direction financière contribuera activement à la transformation du Groupe.

« Group transformed for stronger performance.»

FY 2014-15 was marked by a return to growth for the Bénéteau Group: organic growth, with positive market trends for boats in North America and Europe, and external growth, with the integration of RecBoat. During the crisis years, the Management Board, with support from the family shareholders, launched a three-year product and industrial investment strategy for over €190 million. The Group's brands have benefited from the new models introduced and have been able to capitalize on this dynamic development. The boat business generated €819.3 million in revenues for 2015, up +26% from the previous year.
The Group is in a healthy financial position. Net income (Group share) is up +39% to €12.8 million, while net debt represents less than 10% of shareholders' equity.

Now, we need to focus on improving our margins and profitability through:

- ***Managing our risks more effectively.***
  We were penalized on two occasions during FY 2014-15 following the bankruptcy of a dealer in Canada and one of our boat design partners. We are going to further strengthen our in-house arrangements for assessing and monitoring our counterparty risks. A customer risk committee meets several times a month to analyze each dealer's position. All boats must be paid for in full or covered by financing agreements before they leave our yards. Any exceptions to this principle must be duly approved by the Management Board. In 2014-15, our financial income and expenses were also penalized by our exchange risk hedging. The Group has decided to exclusively set up zero-risk hedging instruments making it possible to guarantee the planned margin set when pricing its products.
- ***Ensuring effective control over our costs,*** *focused in particular on reducing our development expenditure and improving our supply chain.*
- ***Optimizing our working capital requirements and cash flow.***
- ***Transforming our business with more efficient, effective and integrated processes.***

By deploying effective control and reporting tools, the Finance Department will actively contribute towards the Group's transformation.

« S'appuyer sur les managers pour conduire la transformation du Groupe »

CORINNE MARGOT
Directeur des Ressources Humaines
Human Resources Director

L'année 2014-2015 a été marquée par le renforcement des objectifs de développement du Groupe et de son ouverture à l'international. Ces orientations induisent des adaptations profondes de nos organisations et de nos processus. L'équipe des managers a un rôle central pour accompagner ces changements auprès de nos 7à00 salariés.

Le groupe s'est donc concentré sur la formation des managers avec 3 actions clés :

- **La poursuite des formations « e-mop ».**
  L'école du management opérationnel de production réunit les collaborateurs des usines des divisions Bateaux et Habitat. Déjà près de 80 % de nos managers de production ont été formés.
- **La première promotion « visa manager »** a réuni 8 directeurs et responsables de services autour de sujets tels que : finance, gestion, droit social, boite à outils et communication managériale.
- **Le Bénéteau MBA** obtenu par l'ensemble de la première promotion a permis à ses participants de développer des projets de réflexion stratégiques pour le Groupe.

Pour la première fois au sein du groupe, les promotions ont réuni en transversal des managers de services et activités différentes. Notre souhait est de créer une communauté managériale forte et cohérente autour d'une culture commune ainsi que de développer les Ressources Humaines et l'organisation de manière harmonieuse et efficace.

Nous souhaitons poursuivre la transformation du Groupe en nous appuyant sur 3 thématiques centrales pour les ressources humaines : la sécurité du personnel de nos usines avec un objectif de mise en place des outils et de la culture nécessaires à une amélioration forte de nos résultats, le renforcement de la communication interne pour nous permettre de mieux accompagner les évolutions, et enfin le développement des compétences avec une attention particulière aux transitions générationnelles.

« Drawing on our managers to lead the Group's transformation.»

In FY 2014-15, the Group further strengthened its development goals and opened up more to international markets. These strategic steps have led to far-reaching changes as we adapt our organizations and processes. Our team of managers has a key role to support these changes in relation to our 7,000 employees.

The Group has therefore focused on training for managers, with three main actions:

- ***Continued "E-mop" training.***
  The production operational management school, known as E-mop, covers staff from the Boat and Housing division plants. Almost 80% of our production managers have already been trained up;
- ***The first class of "visa manager"*** *graduates was made up of eight department managers and directors, covering a range of topics, such as: finance, management, employment law, managerial communications and toolkit;*
- ***The Bénéteau MBA,*** *which the first class of graduates have all completed successfully, enables participants to develop strategic planning and review projects for the Group.*

For the first time in the Group, the classes have ensured a cross-business approach by involving managers from different activities and departments. We aim to create a strong and consistent managerial community around a shared culture, in addition to developing our human resources and organization harmoniously and effectively.

We want to continue moving forward with the Group's transformation, building on three key areas for human resources: firstly, ensuring the safety of our staff and facilities, aiming to put in place the tools and culture required to significantly improve our results; secondly, further strengthening our internal communications, enabling us to support the changes more effectively; and lastly, developing our skills, focusing in particular on generational transitions.

09 2014

BÉNÉTEAU

3 nouveaux Flyer sont lancés au Grand Pavois de La Rochelle : Flyer 7 spacedeck, Flyer 5 spacedeck et Flyer 5 sundeck.

Avec son concept unique et innovant d'une même coque pour plusieurs plans de pont au choix, la nouvelle gamme day-boat moteur a fait ses preuves et su conquérir un large public.

Three new Flyer were launched at the Grand Pavois show in La Rochelle: the Flyer 7 spacedeck, the Flyer 5 spacedeck and the Flyer 5 sundeck.

With its unique, innovative concept for a selection of deck plans based on the same hull, the new dayboat motorboat range has already proven itself and won over a wide audience.

PRESTIGE

Double prix pour la Prestige 750 aux « World Yachts Trophies 2014 » :

« meilleurs aménagements » et trophée du yacht « le plus abouti ».

The Prestige 750 won two awards in the 2014 world yachts trophies:

« best layout » and « most achieved » yacht.

10 2014

MONTE CARLO YACHTS

Première du MCY 86 aux Etats-Unis dans le cadre du Fort Lauderdale International boat show (FLIBS).

Personnalisé selon les choix de son propriétaire sous la conduite du cabinet de conception navale Nuvolari Lenard, ce yacht offre un large éventail de personnalisation : ses configurations radicalement différentes permettent à chaque armateur d'adapter le navire à son propre style de vie.
Les variantes d'agencement concernent les 3 ponts avec des solutions à 3, 4 ou 5 cabines inférieures et différentes dispositions des espaces du pont principal et du flybridge.
Le tout garantit une qualité de vie exceptionnelle à son bord et chaque détail contribue à positionner le Monte Carlo Yachts 86 au sommet de son segment.

The MCY 86 was unveiled in the USA at the Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS).

Tailored to its owner's choices, overseen by the design studio Nuvolari Lenard, this yacht offers extensive custom features: its radically different configurations enable each owner to adapt the yacht to their own lifestyle. The layout options available concern the three decks, with three, four or five lower deck cabins and a range of layouts for the main deck and flybridge. All combining to offer outstanding facilities for life on board, with each detail helping position the Monte Carlo Yachts 86 as best-in-class in its segment.

Le MCY 86 est élu « Best Motor Yacht » dans la categorie 80-89 pieds

à l'occasion des Active Interest Media (AIM) Marine Group Editor's Choice Awards.

The MCY 86 was named "Best Motor Yacht" in the 80-89 foot category

in the Active Interest Media (AIM) Marine Group Editor's Choice Awards.

REC BOAT HOLDINGS

30/10/2014
Lancement de l'Horizon 350 et de l'Horizon 440.

October 30, 2014
The Horizon 350 and Horizon 440 were launched.

BH

BH recoit les élus et maires de Vendée

pour une visite du site industriel au cours des mois d'octobre et décembre.

BH welcomed elected officials and mayors from the Vendée region *to visit its industrial site in october and december.*

11 2014

COCO

Coco reçoit le Sett d'or de l'innovation.

Coco won the Sett d'or award for innovation.

BH

Le programme de la Ferté Vidame est inauguré.

Composé de 10 logements sociaux livrés pour habitat eurélien, ce projet, soumis à l'ABF (Architectes des Bâtiments de France), reprend les caractéristiques architecturales typiques des longères.

The Ferté Vidame program was inaugurated, *with 10 social housing units delivered for habitat eurélien. This project, submitted to the french architectural review board (ABF), incorporates the typical architectural features of traditional french farmhouse cottages.*

12 2014

BÉNÉTEAU

Bénéteau et Suzuki célèbrent leurs 50 ans de Salon Nautique.

Bénéteau and Suzuki celebrated 50 years of being part of the Paris Boat Show.

JEANNEAU

Lancement du nouveau Merry Fisher 605.

Ce bateau, idéal pour decouvrir les joies de la navigation et du cabotage en famille, se remarque par son design élancé et ses performances en navigation

avec un nouveau cockpit convivial
et un intérieur volumineux et modulable.

The New Merry Fisher 605 was launched. *The ideal boat for discovering the joys of coastal cruising with your family, it stands out with its elongated lines and excellent performance at sea, combined with its new inviting cockpit and spacious, modular interior.*

Le Sun Odyssey 349 est élu meilleur « bateau importé de l'année » et « voilier de moins de 35 pieds » 2015 aux USA.

The Sun Odyssey 349 was named « import boat of the year » and « best sailing boat under 35 feet » for 2015 in the USA.

PRESTIGE

La Prestige 420 reçoit le « Nautic Design Award » 2014
dans la catégorie « cruiser »
au salon nautique international de Paris
après un vote du public et d'un jury
de professionnels.

The Prestige 420 won the 2014 « Nautic Design Award »
in the « cruiser » category at the Paris Boat Show, following a vote by members of the public and a panel of professionals.

BH

BH intervient au colloque organisé par Le Moniteur sur le thème
du process industriel modulaire.

BH took part in the conference organized by Le Moniteur *on modular industrial processes.*

01 2015

BÉNÉTEAU

La nouvelle gamme Flyer accumule les récompenses.
À londres, Flyer 6 est élu bateau de l'année
lors de la céremonie officielle des
« 2016 Boat Awards » dans la catégorie
« starter boats ».

Le même mois, la gamme Flyer remporte
l'European Powerboat of the Year à
Düsseldorf dans la catégorie des moins
de 25 pieds par un jury composé
des principaux magazines de la presse
specialisée européenne grace à son concept
« trois en un », unique dans son design qui
n'hésite pas à s'approprier certains codes
de l'automobile et de l'aéronautique,
unique dans les performances de sa carène
AIR STEP® nouvelle génération et
unique parce que personnalisable dans
de nombreux détails.

The new Flyer range won a series of awards:
in London, the Flyer 6 was named « boat of the year » at the 2015 Boat Awards official ceremony, in the « starter boats » category.
In the same month, the Flyer range won the award for European PowerBoat of the Year in Düsseldorf in the « under 25 feet » category, thanks to its unique three-in-one concept: unique in terms of its design, borrowing certain practices from the automotive and aerospace industries, unique in terms of the performance of its next-generation air STEP® HULL, and unique in terms of its extensive options for customization.

MONTE CARLO

La gamme « Monte Carlo » s'est enrichie de 3 modèles en 4 mois : MC5S, MC4S et MC6.

The Monte Carlo range was further strengthened with three models in four months: MC5S, MC4S and MC6.

REC BOAT HOLDINGS

Lancement du Scarab 255.
The Scarab 255 was launched.

02 2015

JEANNEAU

Le Sun Odyssey 349 élu « Meilleur Bateau Supérieur à 7,5 mètres » en Pologne lors du prix du magazine Zagle.

The Sun Odyssey 349 was named « best boat over 7.5 meters » in the Zagle magazine awards in Poland.

REC BOAT HOLDINGS

Le Four Winns Horizon 440 est récompensé pour son innovation.

The Four Winns Horizon 440 was recognized for its innovation.

Lancement du TS222.
Ce nouveau modèle est l'alternative
parfaite aux plus tow boat plus classiques.
Il offre de nombreux avantages pour les
passionnés de sports nautiques avec une
qualité et une manœuvrabilité ameliorée
et un cockpit plus ergonomique.

The TS222 was launched.
This new model is the perfect alternative to the more conventional tow boat.
It offers a range of benefits for watersports enthusiasts, with improved handling and quality, as well as a smarter cockpit design.

03 2015

GROUPE BÉNÉTEAU

Nomination de Louis-Claude Roux à la Vice-Présidence du Conseil de Surveillance du Groupe Bénéteau.

Louis-Claude Roux was appointed as Vice-Chairman of the Bénéteau Group's supervisory board.

BH

Devenu une véritable référence de la construction modulaire
BH intervient à plusieurs conférences :
« la construction tridimensionnelle »
organisée par le CNDB, « le logement
social et construction bois » initié
par l'USH et « les bâtiments de demain
expertise du futur » du CNIDECA.

Established as an industry benchmark for modular construction,
BH took part in several conferences: « three-dimensional construction », organized by CNDB, « social housing and timber construction », led by USH, and "tomorrow's buildings, future expertise", with CNIDECA.

04 2015

BÉNÉTEAU

Le China International Boat Show a décerné à l'Océanis 38 le prix du meilleur voilier dans la catégorie moins de 45 pieds.
Une récompense justifiéee par sa position de leader sur le marché asiatique la saison dernière.

At the China International Boat Show, the Oceanis 38 won the award for « Best Sailing Yacht » in the under 45-foot category, *recognizing its leading position on the asian market last season.*

L'Antares 6.80 est élu meilleur bateau moteur du salon nautique de Prague en République Tchèque.

The Antares 6.80 *was named « Best Motorboat » at the Prague Boat Show in the Czech Republic.*

LAGOON

Première mondiale du 40 Motor Yacht.

The 40 motor yacht celebrated its world Premiere.

05 2015

BÉNÉTEAU

Bénéteau lance Bénéteau Rent, service de location de bateau à moteur.

Bénéteau launched Bénéteau rent, its motorboat rental service.

JEANNEAU

Lors de la prestigieuse remise des prix « Asia Boating Award 2015 »,
le Sun Odyssey 349 reçoit les honneurs en remportant le prix « Best Worldwide Production Sailing Yacht» dans la catégorie des voiliers jusqu'à 15 mètres. Jeanneau est ainsi recompensé pour la troisième année consécutive. Après le Sun Odyssey 509 et le Jeanneau 64, cette nouvelle consécration confirme le franc succes que remporte le Sun Odyssey 349 à l'international grace à son design signé Marc Lombard, la pureté de ses lignes, son volume interieur et son cockpit accueillant.

At the prestigious 2015 Asia Boating Awards ceremony, *the Sun Odyssey 349 was named « best worldwide production sailing yacht » in the category for sailing yachts under 15 meters. This was the third year in a row that jeanneau won an award. Following the Sun Odyssey 509 and Jeanneau 64, this latest achievement confirms the major international success of the Sun Odyssey 349, designed by Marc Lombard, with its pure lines, interior volume and welcoming cockpit.*

PRESTIGE

La nouvelle Prestige 680, la plus grosse unite de série jamais fabriquée en Vendée, quitte les chantiers Jeanneau.

The new prestige 680, *the largest mass-produced unit ever made in Vendée, left Jeanneau's yards.*

La Prestige 750, dessinée par Garroni Design, reçoit le prestigieux prix du « International Yacht & Aviation Award » dans la catégorie des motoryachts de plus de 25 mètres.

The prestige 750, *created by Garroni Design, won the prestigious « International Yacht & Aviation award » in the category for power yachts up to 25 meters.*

LAGOON

La 11ème cérémonie des Asia Boating Awards, qui s'est tenue au cours d'une luxueuse soirée de gala pendant le salon nautique de Hong Kong, sacre le Lagoon 630 Motor Yacht meilleur yacht à moteur de l'année, dans la catégorie des 15 à 24 mètres en Asie. L'équipe Lagoon Chine était sur place pour recevoir cette récompense exceptionnelle qui honore également les concepteurs, le bureau d'étude Lagoon, et tous ceux qui ont participé à la construction du Lagoon 630 MY. Ces awards, organisés par Asia Pacific Boating et China Boating, sont décernés par un panel de 200 spécialistes de l'industrie nautique, en faisant ainsi les récompenses les plus reconnues dans le monde du nautisme en Asie.

At the 11th Asia Boating Awards ceremony, *with a luxurious gala evening held during the Hong Kong boat show, the Lagoon 630 MY was named motor yacht of the year, in the 15 to 24 meter category in asia. The Lagoon china team was present to receive this outstanding award, which also recognizes the designers, the Lagoon design office and everyone involved in building the Lagoon 630 MY. The winners of these awards, organized by Asia Pacific Boating and China Boating, are selected by a panel of 200 boating industry specialists, making them the most widely recognized boat awards in Asia.*

BH

Livraison du programme de Ban-St-Martin (57) : 47 logements en accession sociale pour la SNI nord-est.

The Ban-St-Martin program (57) was delivered: *47 units as part of a home ownership program for social housing tenants for the northeast regional housing agency SNI.*

06 2015

BÉNÉTEAU

Le First 22 est présenté en exclusivité au China Rendez-Vous.

Deux First 22 « Dragon Warriors » ont été mis à la disposition des invités afin ressentir le frisson de la régate dans la baie de Dalian ! Ils ont eu ainsi la chance de decouvrir le dernier né de la gamme First présent uniquement en Asie et aux USA.

The First 22 was presented exclusively at the China rendez-vous event.
Two first 22 « Dragon Warriors » were made available so guests could feel the thrills of regatta racing in Dalian bay! An opportunity for them to discover the latest member of the First family, present exclusively in Asia and the USA.

JEANNEAU

Jeanneau est partenaire des « Voiles de l'Espoir ».

Jeanneau partnered with « Voiles de l'Espoir ».

Lancement du nouveau Jeanneau Yacht en Croatie : le Jeanneau 54. Plus de 150 concessionnaires Jeanneau venus du monde entier ont pu découvrir dans un décor féerique ce voilier d'exception mélant ingéniosite et luxe, né de l'étroite collaboration entre l'architecte Philippe Briand et le designer Andrew Winch.

Jeanneau's new yacht was launched in Croatia: the Jeanneau 54.
In a magnificent setting, more than 150 Jeanneau dealers from around the world were able to discover this outstanding yacht, with its blend of ingenious and luxury features, created through the close collaboration between the architect Philippe Briand and the designer Andrew Winch.

PRESTIGE

Lancement de la Prestige 680 à la Marina Aci de Dubrovnik.

The prestige 680 was launched at the Aci Marina in Dubrovnik.

BH

Livraison d'une résidence senior de 20 studios : le béguinage St Corentin à Quimper.

The béguinage St Corentin senior residence was delivered,
with 20 studios in Quimper.

07 2015

JEANNEAU

Jeanneau annonce un nouveau Merry Fisher, le 795. Ce nouveau modèle adopte un design dynamique et valorisant, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur et présente à bord toutes les innovations du récent Merry Fisher 695 et bien plus encore.

Jeanneau announced a new Merry Fisher: the 795. *This new model adopts a dynamic and rewarding design, both inside and out. All the innovations from the recent Merry Fisher 695 can be found on board, plus many more.*

CNB PRO

Mise à l'eau de « l'Aventure », catamaran mixte charge et passagers, en aluminium de 18 mètres basé à Arcachon.

« L'Aventure », an 18-meter aluminum catamaran was launched as a multipurpose cargo and passenger vessel in Arcachon, France.

MONTE CARLO YACHTS

Première mondiale du MCY105 à Venise. Ce yacht de 32 mètres concu par les designers Nuvolari et Lenard marque le début d'un chapitre inédit et important dans l'histoire de l'entreprise franco-italienne.

The MCY105 celebrated its world Premiere in Venice. *This 32-meter yacht, created by the designers Nuvolari and Lenard, marks a new, important chapter in the history of the franco-italian company.*

BH

Livraison d'un programme de 11 logements individuels. à Jouars-Pontchartrain (78) pour Aximo.

A program of 11 individual homes was delivered.
in Jouars-Pontchartrain (78) for Aximo.

08 2015

GROUPE BÉNÉTEAU

Nomination de Hervé Gastinel en qualité de Président du Directoire du Groupe Bénéteau.
Herve Gastinel was appointed as chairman of the Bénéteau Group's management board.

JEANNEAU

Renouvellement de la gamme Sun Odyssey pour proposer une offre complete et homogène de 34 à 51 pieds.

The Sun Odyssey range was renewed to offer a comprehensive and consistent selection from 34 to 51 feet.

COCO

Le concours Coco, qui se tient d'avril à août, remporte un franc succès avec une forte participation. La remise des prix sur le salon Atlantica est prévue en octobre 2015.

The Coco competition, *held from april to august, was a big success, with strong levels of participation. The awards ceremony was held at the Atlantica show in october 2015.*

BH

Les 170 chambres pour étudiants de la residence Agroparc, conçues par l'architecte Jean-Pierre Charriere, sont livrées à Avignon, après seulement 10 mois de travaux. Cette réalisation a ete inaugurée par Manuel Valls le 28 septembre dernier, en présence de Najat Vallaud-Belkacem, Patrick Kanner, et Thierry Mandon.

170 student rooms in the Agroparc residence, *designed by the architect Jean-Pierre Charrière, were delivered in Avignon after just 10 months' work. This development was inaugurated by Manuel Valls on september 28, during a ceremony attended by Najat Vallaud-Belkacem, Patrick Kanner and Thierry Mandon.*

GRAN TURISMO 40 - BÉNÉTEAU

Des marques animées par l'esprit d'innovation, la passion et le sens de l'engagement pour accompagner leurs clients à travers le monde.

Brands guided by a sense of innovation, passion and dedication to supporting their customers worldwide.

B

BÉNÉTEAU
JEANNEAU
LAGOON
PRESTIGE
MCY
CNB
FOUR WINNS
GLASTRON
WELLCRAFT
SCARAB
COCO SWEET
O'HARA
IRM
BH

VENTS PORTEURS

De haut en bas / *from top to bottom:*
Océanis Yacht 62
Monte Carlo MC6
Flyer 8.8 Space Deck
Gran Turismo 46

Bénéteau se distingue comme un des acteurs les plus actifs, solides et conquérants du nautisme à l'heure où l'embellie du secteur se confirme. Cette année, neuf nouveaux modèles, à voile et à moteur ont été lancés.

Présenté en avant-première au Nautic de Paris, le premier Oceanis Yacht ouvre une nouvelle ère pour la gamme historique de la marque en emmenant en douceur les clients vers l'univers des grands yachts.

Avec les Gran Turismo 40 et 46, la nouvelle gamme de sport-cruisers entend marquer sa différence en offrant des bateaux harmonieux qui allient un caractère sportif puissant et des fonctionnalités très attendues.

Les Flyer 8.8 Sundeck et 8.8 Spacedeck aboutissent le renouvellement intégral de la gamme hors-bord qui offre désormais dix modèles entre 5 et 8 mètres. Régulièrement classée N°1 des bancs d'essais, cette nouvelle génération qui bouleverse les codes et joue pleinement la carte de l'innovation est couverte d'awards depuis son lancement il y a deux ans.

Côté Monte Carlo, le lancement du MC6 S marque l'aboutissement de la gamme créée il y a juste trois ans. En un temps record et porté par le talent du duo Nuvolari et Lenard, le chantier sera ainsi parvenu à renouveler totalement les codes du luxe sur ce segment tout en apportant des solutions technologiquement innovantes.

Sur le plan technologique, la mise au point de la seconde génération du brevet Air Step® (Air Step® 2) offre de belles perspectives au développement de nouvelles grandes unités in-board.

A Marion, aux Etats-Unis, Bénéteau a célébré ses 30 ans de présence outre-Atlantique. Numéro un sur le marché des voiliers, la marque réalise une croissance record de plus de 40% sur le segment du motonautisme aux Etats-Unis.

D'année en année et à budget équivalent, les bateaux signés Bénéteau font la différence de façon durable. La marque crée son propre vent et offre une nouvelle vision de la qualité qui, passant également par des services exclusifs comme Premium Service, accompagne des clients toujours plus différents dans leurs aspirations.

Fair winds

Bénéteau stands out as one of the most active, solid and conquering groups in the boating industry at a time when the sector's upturn is being confirmed. This year, nine new models - sailing yachts and motorboats – were launched. Premiered at the Paris Boat Show, the first Oceanis Yacht has ushered in a new age for the brand's most long-established range, ensuring a smooth transition for customers to the world of large luxury yachts.

With the Gran Turismo 40 and 46, the new sport-cruiser range aims to stand out by offering balanced boats combining strong sports performance with eagerly awaited features. The outboard range, which now offers 10 models from 5 to 8 meters, has been fully renewed, culminating in the Flyer 8.8 Sundeck and 8.8 Spacedeck. Regularly ranked number one in tests, this new generation, which is a game-changer for the industry, embracing innovation, has continued to win awards since being launched two years ago.

With Monte Carlo, the launch of the MC6 S represents the culmination of the range created just three years ago. In record time, led by the talented duo Nuvolari and Lenard, the yard has been able to set completely new standards for luxury on this segment, while providing technologically innovative solutions.

From a technological perspective, the development of the second-generation Air Step® patent (Air Step® 2) is opening up new possibilities for motorboat developments.

In Marion, Bénéteau celebrated the 30th anniversary of its US presence. The market leader for sailing yachts, the brand has also achieved record growth of over 40% on the powerboat segment in the United States.

From year to year, for an equivalent budget, the boats created by Bénéteau are continuing to raise the bar. The brand is generating its own wind and offering a new vision for quality which, combined with exclusive services such as Premium Service, is supporting customers with increasingly diverse aspirations.

JEANNEAU

UN MULTI-SPÉCIALISTE À VOCATION INTERNATIONALE

La vocation de Jeanneau est de proposer la meilleure qualité de bateaux au plus grand nombre. Conçus avec intelligence et fondamentalement marins, ses voiliers comme ses bateaux à moteurs hors-bord et in-board bénéficient d'un design contemporain et intemporel.

En 2014, Jeanneau a lancé sur le marché pas moins de 9 nouveautés. En voile, Jeanneau Yacht fait la différence avec le nouveau Jeanneau 64, premier bateau de série de cette taille. Conçu par Philippe Briand et Andrew Winch, il offre un design synonyme de performance, confort et vie à bord luxueuse qui lui vaut un succès immédiat. Jamais un voilier de série de cette taille n'avait été construit auparavant avec de telles quantités. Avec plus de 800 Jeanneau Yachts fabriqués depuis 2004, Jeanneau est le leader mondial dans le marché des voiliers monocoques de plus de 50 pieds.

L'offre voile de Jeanneau s'enrichit également du nouveau Sun Odyssey 349 dessiné par Marc Lombard. Ses grandes qualités lui ont permis de récolter de nombreux prix et de connaître un succès commercial dans le monde entier.

Jeanneau complète également sa gamme de bateaux moteurs in-board avec 3 nouveautés majeures : les Velasco 37F et 43F et le Leader 36. Le nouveau Leader 36, présent partout en Europe après un an seulement, est un express ingénieux qui illustre tout l'esprit de la gamme : des bateaux sportifs et habitables, idéaux pour les courtes croisières en famille.

Jeanneau a par ailleurs toujours été un acteur majeur des bateaux moteurs hors-bord. Plus de 1000 Cap Camarat et 1000 Merry Fisher se vendent chaque année. L'arrivée des nouveaux Cap Camarat 7.5 CC et Cap Camarat 7.5 WA ainsi que des Merry Fisher 695 et 605 combinée au développement important du réseau en Europe renforce sa position sur le marché.

A l'avenir, Jeanneau souhaite encore renforcer sa position pour devenir un acteur incontournable sur tous ses segments en Europe et dans le monde. La marque peut s'appuyer sur la force de son réseau et sur sa stratégie produit qui permettra de conforter la gamme Jeanneau Yacht, de redynamiser la gamme Sun Odyssey, de dynamiser le marché du hors-bord et d'accélérer le développement de la gamme des Express.

Multi-specialist serving international markets

Jeanneau's mission is to offer the best quality boats for as many people as possible. With their smart design and outstanding performance at sea, its sailing yachts and its outboard and inboard motorboats deliver contemporary, timeless designs.

In 2014, Jeanneau launched no less than nine new models on the market. For sailing, Jeanneau Yacht is breaking new ground with the new Jeanneau 64, the first boat of this size to be made on a series production line. Conceived by Philippe Briand and Andrew Winch, its design combines performance, comfort and a luxury on-board lifestyle, ensuring its immediate success. This is the first yacht of this size to have ever been built with such volumes on a series production line.

With over 800 Jeanneau Yachts produced since 2004, Jeanneau is the global market leader for monohull sailing yachts over 50 feet. Jeanneau's sailing range has been further strengthened with the new Sun Odyssey 349, designed by Marc Lombard. Its outstanding qualities have enabled it to win a number of awards and ensured its commercial success around the world.

Alongside this, Jeanneau has continued to develop its in-board motorboat range, with three major new releases: the Velasco 37F, Velasco 43F and Leader 36. The new Leader 36, established across Europe after just one year, is an ingenious express cruiser with all the hallmarks of the range: sporty, liveable boats, ideal for short family cruises. In addition, Jeanneau has always been a major player for outboard motorboats. More than 1,000 Cap Camarats and 1,000 Merry Fishers are sold each year. Its position on the market has been further strengthened with the arrival of the new Cap Camarat 7.5 CC and Cap Camarat 7.5 WA, as well as the Merry Fisher 695 and 605, combined with the extensive development of its network in Europe. Moving forward, Jeanneau aims to further strengthen its position to become a pivotal player across all its segments in Europe and around the world. The brand is supported by its strong network and product strategy, enabling it to consolidate the Jeanneau Yacht range, revitalize the Sun Odyssey range, ramp up the outboard market and accelerate the development of the Express range.

De haut en bas / *from top to bottom:*
Velasco 37 F
Jeanneau 64
Sun Odyssey 349
Leader 36

UN RETOUR EN FORCE SUR LE MARCHÉ DU CATAMARAN À MOTEUR, DE NOUVELLES INNOVATIONS VOILE À VENIR

De haut en bas / *from top to bottom:*
Lagoon 630 MY (ext.)
Lagoon 630 MY (int.)
Lagoon 52 S
Lagoon 450 S

Lagoon, leader mondial du catamaran de croisière, ne s'est pas reposé en 2014-2015. En effet, la marque est revenue en force sur le marché du catamaran à moteurs avec 2 nouveaux modèles : le 40 MY et le 630 MY.

Le 630 MY lancé à Cannes en septembre 2014 fut un évènement pour tout le petit monde de la planète multicoque. Le nouveau navire amiral de la marque a su se faire remarquer par son design, dès son lancement, avec deux récompenses prestigieuses. Ici on ne parle pas de vitesse mais de croisière hauturière. Pour apporter la preuve en image, le chantier n'a pas hésité à lancer la coque numéro 1 à l'assaut de l'Atlantique. Un équipage énergique et connecté a permis de faire vivre au public toute cette traversée en temps réel grâce à un blog rédigé en haute mer !

Avril 2015 fut le mois du lancement du 40 MY, « petit catamaran » de 12 mètres. Ce catamaran moteur permet de répondre à une nouvelle demande des propriétaires qui recherchent le confort plutôt que la vitesse.

Même si cette dernière année fut très « moteur » la saison 2015-2016 verra l'avènement de 3 nouveautés « voile » : Le 450 S, le 52 S et le 42.

Ces 3 nouveautés renforcent l'offre de Lagoon dans le cœur du marché très concurrentiel des catamarans de 42 à 52 pieds. Les 2 bateaux de la gamme SporTop, le 450 S et le 52 S, proposent de nouveaux choix de postes de barre. Quant au 42, c'est un nouveau bateau qui remplace le 421 et développe le concept du catamaran au service du confort et de la performance.

Lagoon, grâce à ses innovations, démontre encore la pertinence de ses choix audacieux pour ravir ses propriétaires de plus en plus nombreux !

Successful return on the catamaran motor yacht market, with further innovations to come for sailing yachts

Lagoon, the world number one for catamaran cruisers, did not stand still in 2014-15. After several years' absence, Lagoon made a strong return on the market for catamaran motor yachts, with two new models: the 40 MY and the 630 MY.

The 630 MY, launched in Cannes in September 2014, was an event for the whole multihull world. The brand's new flagship has distinguished itself with its design, winning two prestigious awards as soon as it was launched. Rather than speed, this is all about ocean cruising. As proof, the yard did not hesitate to launch its very first unit to cross the Atlantic. A dynamic, connected crew enabled members of the public to share in this crossing experience in real-time, with a blog from the high seas!*

April 2015 saw the launch of the 40 MY, a 12-meter ''small catamaran''. This power catamaran represents a response to new demands from owners who are not necessarily looking for speed, but more comfort. And comfort at sea is more than important, it is vital!

While the past year had a strong ''power'' focus, three new sailing yacht models will be launched for the 2015-16 season: the 450 S, the 52 S and the 42. These three new models have further strengthened Lagoon's offering in the very competitive core market for 42 to 52-foot catamarans. The two boats from the SporTop range - the 450 S and 52 S – offer new helm station options. The 42 is a new boat that replaces the 421, developing the concept for a catamaran focused on comfort and performance.

Lagoon, through its innovations, is once again demonstrating the relevance of its daring choices, to the delight of its growing numbers of owners!

25 ANS DE NAVIGATION INTERNATIONALE

Prestige fête cette année ses 25 ans.
25 ans de conquête internationale et une implantation réussie sur tous les continents dont l'Asie depuis 10 ans et les Etats-Unis depuis 5 ans.

Aujourd'hui, Prestige bénéficie d'une présence incontournable sur le marché et est devenue la marque N°3 dans le segment des 50 à 60' aux Etats-Unis. Certains modèles, comme la Prestige 500 ont connu un succès phénoménal. Plus de 300 Prestige 500 se sont vendues en 5 ans ! Et désormais, plus de 3500 Prestige naviguent à l'international.

En 2014, Prestige franchit une étape majeure de sa stratégie avec le lancement de la Prestige 750. Lancée avec succès à Hong Kong, à Fort Lauderdale (aux Etats-Unis), à Miami, à Dubaï, à Rio, à Düsseldorf, à Cannes et présentée sur tous les salons mondiaux majeurs, la Prestige 750 parcourt maintenant tous les continents. Cette forte progression est intimement liée à la conception même des yachts, à l'expertise des designers de l'équipe Garroni Design et à la qualité de son réseau toujours en forte progression.

Prestige poursuit cette année son ambition et lance, afin de proposer une offre complète de yachts de 40 à 75 pieds, la Prestige 420 F et la Prestige 420 S, deux nouveaux modèles essentiels pour attirer de nouveaux clients vers la marque et les accompagner ensuite vers de plus grandes unités. Ces nouvelles vedettes, développées par Garroni Design comme toutes les Prestige, perpétuent la signature de la marque : une cuisine centrale, une vision panoramique, 2 cabines avec entrées indépendantes… C'est une vraie prouesse pour un 42 pieds. L'ADN de Prestige est toujours là avec des lignes tendues et dynamiques, un design intemporel chic et abouti, d'exceptionnelles qualités marines et un aménagement unique et surprenant.

Avec l'arrivée, en Juin, de la Prestige 680, Prestige poursuit sa mission et conforte la puissance de son offre de yachts. Appuyée par l'arrivée de nouveaux concessionnaires choisis pour leur capacité à faire grandir la marque en Europe, aux Etats-Unis, en Amérique Latine et en Asie, l'ambition de développement de la marque reste forte.

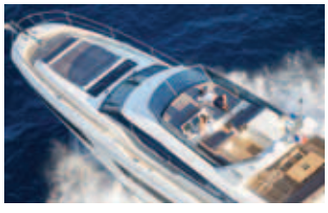
25 years of international navigation

Prestige celebrated its 25th anniversary this year. 25 years of conquering international markets and successfully establishing itself across all continents, including Asia in the last 10 years and the United States in the last five years. Today, Prestige has built up a pivotal position on the market and is now the number 3 brand in the 50 to 60-foot segment in the US. Certain models, such as the Prestige 500, have enjoyed phenomenal success. More than 300 Prestige 500s have been sold in five years! There are now over 3,500 Prestige yachts sailing worldwide.

In 2014, Prestige took a major step forward with its strategy by releasing the Prestige 750. Successfully launched in Hong Kong, Fort Lauderdale (USA), Miami, Dubai, Rio, Dusseldorf and Cannes, and presented at all the world's top shows, the Prestige 750 is now present on all the continents. This strong growth is closely linked to the way in which the yachts are designed, as well as the expertise of the Garroni Design team and the quality of its network, which has continued to grow strongly.

This year, Prestige is moving forward with its ambition and, to offer a comprehensive selection of yachts from 40 to 75 feet, launching the Prestige 420 F and Prestige 420 S, two essential new models for attracting new customers to the brand and then supporting them as they make the move to larger units. These new motor yachts, developed by Garroni Design like all the Prestige units, ensure continuity with the brand's signature: from the central galley to the panoramic views and two cabins with independent entrances. An outstanding achievement for a 42-foot yacht. Prestige's core features are clearly on show, with their elegant, sleek lines, their chic, timeless design, their outstanding performance at sea, and their unique, surprising layouts.

With the arrival of the Prestige 680 in June, Prestige is moving forward with its mission and consolidating its strong range of yachts. Supported by the arrival of new dealers, selected for their ability to drive the brand's growth in Europe, the US, Latin America and Asia, the brand still has strong ambitions for development.



De haut en bas / *from top to bottom:*
Prestige 750
Prestige 680
Prestige 420 S
Prestige 420 S Flybridge

2015, UN LANCEMENT DÉCISIF POUR CÉLÉBRER CINQ ANNÉES DE SUCCÈS !

De haut en bas / *from top to bottom:*
MCY 105

La marque franco-italienne a choisi Venise pour présenter son dernier projet : le MCY 105, un yacht de 32 mètres qui a été dévoilé lors d'une présentation privée à l'Arsenal.

Ce lieu, symbole d'artisanat et d'excellence pendant plusieurs siècles, véhicule parfaitement les valeurs d'innovation et patrimoniales de la collection MCY. Cette inauguration a coïncidé avec la célébration du 5ème anniversaire de Monte Carlo Yachts qui représente autant d'années de croissance et est aussi une étape décisive pour l'avenir.

Conçu par les designers Nuvolari et Lenard, le style distinctif et évocateur de Monte Carlo Yachts a été immédiatement salué par un prestigieux prix international : le trophée de la « meilleure innovation » dans la catégorie 25-35 m au MCY 105 remis lors du gala des trophées « Invictus Yacht » au Cannes Yachting Festival 2015.

A travers ce projet, Monte Carlo Yachts présente une fois encore l'architecture navale novatrice qui caractérise déjà les autres modèles de la gamme, une architecture développée selon le processus exclusif de production modulaire breveté par MCY, appliqué pour la première fois sur un « méga yacht ».

En novembre, le processus de production révolutionnaire de Monte Carlo Yachts a été récompensé par le Trophée « Innovation in a Production Process Award » au prix de l'IBI-METS Boat Builder Awards for Business Achievement. Le jury a déclaré que Monte Carlo Yachts avait changé les règles du secteur en réussissant à construire des yachts semi personnalisés pour des séries de production à grande échelle.

Ainsi en 2015, Monte Carlo Yachts a ouvert de nouveaux horizons dans l'univers des bateaux à moteur de luxe. Ses nouvelles ambitions bénéficient du soutien industriel continu du Groupe Bénéteau qui a réalisé des investissements supplémentaires sur le site de production de Monfacolne en Italie.

2015, a decisive launch to celebrate five years of success!

The Franco-Italian brand chose Venice to present its latest project: the MCY 105, a 32-metre yacht that was unveiled at a private viewing at the Arsenale. For several centuries, this location has stood for fine craftsmanship and excellence and it perfectly symbolizes the values of innovation and heritage which MCY has shared from its very beginnings. The unveiling of the MCY 105 coincided with Monte Carlo Yachts' fifth anniversary, a moment marked by important achievements to date, and a turning point, a milestone, for what's to come.

Monte Carlo Yachts' signature, evocative style, from the Nuvolari Lenard design studio, was immediately rewarded with a prestigious international award: at the Invictus Yacht Trophies Awards Gala, during the 2015 Cannes Yachting Festival, the MCY 105 was named « Most Innovative» yacht in the 80-120 foot category.

With this project, Monte Carlo Yachts has once again presented the innovative naval architecture that features in all the other models in the range, developed consistently with the exclusive and patented modular production applied for the first time on a yacht of this size.

In November, the revolutionary production process developed by Monte Carlo Yachts was recognized with the prestigious « Innovation in a Production Process Award» at the IBI-METS Boat Builder Awards for Business Achievement. The panel found that Monte Carlo Yachts is a game-changer for the industry, building semi-custom yachts on a full-scale series production line.

In 2015, Monte Carlo Yachts confirmed its position as a pioneer in the luxury motor yacht world, breaking new ground and broadening its horizons with new ambitious projects for the future, in line with the strategic vision that the Bénéteau Group has expressed right from the beginning and confirming further significant investments in its production site in Monfalcone, Italy.

CNB YACHT BUILDERS ET CNB PRO

CNB YACHT BUILDERS,
UNE GAMME D'EXCEPTION QUI S'AGRANDIT.

Depuis 1987, CNB Yacht Builders conçoit et construit des yachts d'exception, pour des clients exigeants et à la recherche d'exclusivité. CNB Yacht Builders a ainsi fait de la notion de conseil et d'accompagnement sa ligne directrice. La saison 2014-2015 fut très intense pour le chantier bordelais. En effet, après le lancement en septembre 2013 du CNB 76, le chantier a vendu en moins de deux ans plus de 10 unités de 23 mètres. Une performance record qui rappelle le succès du Bordeaux 60 vendu à plus de 45 unités depuis 2008. Grâce à sa capacité à « industrialiser le superyacht », et à proposer ainsi une gamme semi-custom, CNB Yacht Builders s'est ouvert un nouveau marché. Pour répondre à ce potentiel, tout en tirant parti de son expérience de développement de ses One-off, la gamme de CNB Yacht Builders doit s'élargir avec un projet de CNB 92. Le CNB Rendez-Vous rassemble chaque année les propriétaires de yachts CNB. Cette année, c'est dans l'écrin du Sud de la Corse et du Nord de la Sardaigne que ces clients ont pu utiliser leurs yachts de la plus belle des façons : naviguer, « en famille », entre yachts d'exception. CNB Yacht Builders est ainsi fière de mener de front deux identités au service des clients : les yachts One-off et la gamme semi-custom.

CNB PRO. L'INNOVATION AU SERVICE
DES PROFESSIONNELS DEPUIS PLUS DE 25 ANS.

Des vedettes en composite pour la Gendarmerie Maritime au travail de l'aluminium sur mesure, le savoir-faire du chantier a conquis les professionnels à travers le monde : les navires de CNB Pro se croisent de la Corse aux Antilles en passant par le bassin d'Arcachon voire le Golfe du Morbihan.Construit et livré sur l'exercice 2014-2015, « L'Aventure », catamaran en aluminium de 18 mètres est un navire de charge mixte. Son armature, conçue par le bureau d'étude de CNB, lui permet de s'accoster aux pylônes des éoliennes et de se transformer en navire à passagers lors de la saison estivale. Depuis septembre 2015, CNB Pro se structure et dynamise son activité avec l'arrivée de son directeur de marque, Pierre Lompech. CNB Pro se positionne sur le haut de gamme des navires professionnels avec la réalisation de quatre navires dès le prochain exercice.

CNB Yacht Builders, an exceptional and expanding range

Since 1987, CNB Yacht Builders has designed and built exceptional yachts for discerning customers looking for exclusive features, guided by its commitment to providing advice and support.The 2014-15 season was very intense for the Bordeaux-based yard. After launching the CNB 76 in September 2013, the yard sold more than ten 23-meter units in less than two years. A record performance, following the success of the Bordeaux 60, which has sold more than 45 units since 2008. Thanks to its ability to ''industrialize superyachts'' and offer a semi-custom range, CNB Yacht Builders has opened up a new market. To address this potential, while capitalizing on its experience gained developing its One-offs, CNB Yacht Builders will be expanding its range with a CNB 92 project. The CNB Rendez-Vous brings together CNB yacht owners each year. For this year's event, set in southern Corsica and northern Sardinia, these customers were able to enjoy their yachts in the most beautiful way: sailing, « with their family», surrounded by exceptional yachts.CNB Yacht Builders is proud to combine two identities serving its customers: one-off yachts and the semi-custom range.

CNB Pro. Innovation serving professionals for over 25 years

From its composite speedboats for the French marine policing unit to its bespoke aluminum work, the yard's know-how has won over professionals around the world: CNB Pro boats can be found from Corsica to the Caribbean, via Arcachon Bay and the Gulf of Morbihan. Built and delivered in 2014-15, « L'Aventure », an 18-meter aluminum catamaran, is a multipurpose cargo vessel. Its framework, created by CNB's design office, enables it to dock against wind turbine masts and convert into a passenger ship for the summer season.Since September 2015, CNB Pro has structured its business and ramped up its development, with the arrival of its brand director, Pierre Lompech. CNB Pro is positioned on high-end professional boats, with plans to develop four boats from next year.

De haut en bas / *from top to bottom:*
Bordeaux 60 (ext.)
Bordeaux 60 (detail)
Bordeaux 60 (int.)
CNB 76

REC BOAT HOLDINGS, INTÉGRATION RÉUSSIE DE L'ACTEUR NORD-AMÉRICAIN SPÉCIALISÉ DANS LES PETITS MODÈLES À MOTEUR

De haut en bas / *from top to bottom:*
Vista 255
Detail
TS 222
Horizon 350

FOUR WINNS

Nous avons investi régulièrement ces six dernières années pour soutenir les objectifs de croissance de Four Winns.

Nous avons continué à concevoir de nouveaux modèles et ce, en dépit des fluctuations de la demande sur le segment du sterndrive qui est le cœur de marque. Nous avons ainsi gagné de nouvelles parts de marché l'année dernière et lancé des nouveaux modèles de plus grande taille : le Vista 255, l'Horizon 350 et l'Horizon 440 dans des segments de gamme de plus en plus populaires.

Nos prévisions pour le marché nord-américain sont positives. Les nouveaux modèles devraient soutenir les volumes de vente et nous attendons une croissance totale du chiffre d'affaires modérée ou au mieux à un chiffre. Aujourd'hui, les stocks des concessionnaires sont à des niveaux raisonnables et nous renforçons la maîtrise de nos capacités de production grâce à des plateformes qui opèrent depuis plusieurs années. L'évolution de notre stratégie de distribution sur le segment « small cruiser » a permis d'obtenir des résultats positifs lors des premiers salons nautiques. Ce segment est en amélioration et sa croissance s'accélère.

Au Canada, la croissance devrait rester modérée. Au cours des deux dernières années, en raison du ralentissement économique et de la baisse du dollar canadien, nous avons veillé à réduire nos stocks et à préserver la solidité financière de nos concessionnaires. Ainsi, notre réseau de distribution est resté stable. Historiquement, le Canada a toujours été un marché très important pour nos marques et nous y prévoyons une amélioration de nos ventes cette année.

A l'international, l'activité de Four Winns a été très positive. Passée sous le contrôle du Groupe Bénéteau, la marque a pu tirer profit d'effets de levier en matière de change qui ont été bénéfiques aux concessionnaires dans des pays clés. Ce fut un avantage compétitif évident face aux fabricants nord-américains. Ainsi, à l'international, nos prévisions sont une croissance dans le bas de fourchette à deux chiffres et des gains de parts de marché réguliers.

Our company has invested consistently in the last six years to support the growth plan for Four Winns.

In spite of the fluctuations in demand for the stern drive segment, which is the core of the brand, we have continued to develop new models. This has allowed the company to slightly increase our market share this past year. We have introduced new, larger models - the Vista 255, Horizon 350 and Horizon 440 - in sub segments that are growing in popularity.

We are optimistic about the U.S. market. The expectation is to see a flat to low single digit growth rate in the market with our new models generating incremental volume. The dealer inventory is at manageable levels today and we continue to reduce product in the field with the platforms that have now been in existence for a few years. A distribution strategy change for the small cruiser offering has delivered positive results in the early boat shows. The segment, overall, is improving and we are gaining momentum.

The Canadian market will likely remain soft. Over the last two years, with the overall decline of the economy and the resulting weakening of the Canadian currency, our focus has been to reduce the inventories and keep our dealers financially solid. We have achieved this goal and the network remains stable. Canada has historically been a very important market for our brands. We are optimistic that sales will improve this coming season.

The Four Winns International business has been very positive this year. Under the Groupe Beneteau ownership, the brand has been able to leverage exchange rate support for the dealers in key counties which has provided a clear advantage against competitive North American manufacturers. The expectation for growth in international markets will be in the low double digit range, and consistent market share growth within those markets for the brand.

REC BOAT HOLDINGS, SUCCESSFUL INTEGRATION OF THE NORTH AMERICAN SPECIALIST FOR SMALL MOTORBOAT MODELS

GLASTRON

La gamme de Glastron a été entièrement redessinée il y a quatre ans et depuis nous avons investi chaque année dans des nouveaux modèles conformes à cette nouvelle ligne.

Dans la gamme MY16, nous avons lancé un nouveau cruiser de poche, le GS259, au salon nautique de Düsseldorf en janvier 2016. Cette offre comble un vide sur le segment des bateaux de cette taille, ce qui est un avantage clé pour notre réseau européen. Les inventaires des concessionnaires ont diminué à des niveaux raisonnables. Nous commençons à noter une accélération des ventes des nouveaux modèles de Glastron, la marque revenant à ses hauts niveaux historiques sur certains marchés.

Aux Etats-Unis, nous prévoyons une croissance comparable à celle de la marque Four Winns avec une progression stable ou dans le bas de fourchette à un chiffre et une hausse des ventes en volume des nouveaux modèles. Globalement, le marché est orienté à la hausse et la croissance de Glastron continue à s'accélérer aux Etats-Unis.

Au Canada, la croissance devrait être modérée pour l'ensemble de nos marques et notre stratégie reste inchangée. Nous veillons à une gestion prudente des inventaires afin d'éviter une pression trop importante sur le réseau de distribution tant qu'il n'y aura pas de reprise économique. Nous prévoyons une croissance dans le bas de la fourchette à deux chiffres, avec comme hypothèse un dollar canadien stable.

A l'international, Glastron connaît une solide croissance et ses résultats ont continué à dépasser ceux des années précédentes. Comme pour les autres marques nord-américaines, nos équipes collaborent au sein de l'ensemble du Groupe pour développer notre présence dans les marchés clés dans le monde. La complémentarité de notre offre nous donne un avantage face à nos concurrents. De plus, les effets de change favorables sur certains marchés nous ont permis de soutenir nos concessionnaires et d'avoir un positionnement tarifaire plus avantageux que celui de nos concurrents nord-américains. Nous prévoyons la poursuite de la croissance de Glastron à l'international avec des gains de parts de marché significatifs.

We redesigned the Glastron offering starting four years ago and since then we have invested every year in new models consistent with that new design.

For MY16, a new pocket cruiser, the GS259, was launched at the Dusseldorf Boat Show in January 2016, which is a boat that will fill a void in this size range, key for our European network. Dealer inventory levels have been declining to appropriate levels. We are beginning to see positive momentum with Glastron in the new model year with some markets coming back where the brand has been strong in the past.

In the U.S., we expect the same growth patterns as with our Four Winns brand. The expectation is to see a flat to low single digit growth rate in the market with our new models generating incremental volume. The segment, overall, is improving and we continue to gain momentum with Glastron in the U.S.

The Canadian market will likely remain soft for all our brands so our strategy remains the same. We will be making judicious choices to cautiously manage the field inventory not to put too much pressure on the network until we see the economy improving there. We do expect some increase in the low double digit range, but that is based on a currency that would remain stable.

The Glastron International business has been very positive this year and continues to out-perform previous years. As for the other North American brands we offer, we continue to work with the Groupe team to expand our presence in the key boating markets around the world. The complementarity of our products puts us in an enviable position against our competitors. In addition, we have been able to support our dealers in certain markets with favorable exchange rate opportunities, providing stronger price positioning against competitive North American manufacturers. We expect continued growth for our international markets and consistent market share gain for Glastron.

De haut en bas / *from top to bottom:*
GTS 185
GTS 205
GTS 180

De haut en bas / *from top to bottom:*
215 Wake
255 Wake
215 HOi

SCARAB

La gamme Scarab jet a été lancée en juin 2014 au moment le plus opportun. En effet, si la croissance du segment sterndrive est restée atone, le système de propulsion à jet sur lequel Scarab est solidement positionné en tant que second acteur du marché, est de plus en plus populaire.

Le système de propulsion à jet attire un public qui choisirait sinon d'autres configurations de bateaux. Les ventes de détail des premiers salons nautiques de la saison sont en hausse significative par rapport aux années précédentes. Depuis son lancement, notre marque Scarab a élargi son offre passant d'une plateforme de trois modèles à quatre plateformes de 14 modèles.

Aux Etats Unis, la croissance du marché du bateau à jet propulsé est solide et Scarab gagne régulièrement des parts de marché chaque année. Nous prévoyons une hausse supplémentaire des ventes en volume sur ce segment en raison de notre offre la plus récente : le package Wake pour les modèles 215 et 255. Nous continuons à surveiller et à vérifier le niveau de nos inventaires. Cette gestion est bénéfique puisque nous réduisons ainsi l'exposition de nos concessionnaires aux fluctuations de la demande tout en améliorant la plateforme de production avec des modèles qui rencontrent un succès commercial plus immédiat.

Au Canada, la tendance du marché est similaire à celle des autres produits. Pour l'année, les perspectives de la gamme de jet à propulsion ne sont pas différentes de celles des autres marques.

A l'international, l'activité de Scarab est en hausse sensible. Sachant que la plupart de ces marchés correspondent à une offre de solutions utilisées en mer, il nous a fallu attendre de disposer d'une offre d'un bateau de 25 pieds pour réaliser des avancées significatives dans les pays visés. Ce bateau est extrêmement performant en mer et il nous a ainsi ouvert à de nouvelles opportunités. Nos objectifs sont une croissance dans le bas de la fourchette à deux chiffres et une progression des parts de marché, avec un impact positif atendu sur l'ensemble de notre activité.

The launch of our Scarab jet offering in 2014 could not have come at a better time for the business. *While the stern drive segment has continued to be soft, the jet side is growing in popularity with Scarab already being strongly positioned as the #2 player. The jet option seems to appeal to people that otherwise considered alternatives to the runabout configuration. The early boat show sales this season are delivering significant increases in retail sales over previous years. Our Scarab line has grown from one platform with three models to four platforms with 14 models since launched into market.*

The U.S. jet boat market continues to grow steadily and Scarab has been consistently gaining market share year over year. We expect this segment to continue to grow with our newest offering - the Wake package for the 215 and 255 models - generating incremental volumes. We will continue to monitor and keep our field inventory in check. This creates a positive situation because we reduce the dealers' exposure to the fluctuation on the demand side while replacing them on the production floor with units that are seeing more immediate demand.

The Canadian market has seen a similar result as the other products. We do not expect the outlook to be much different this coming year for the jet offering than what we foresee for the other brands.

The international business for Scarab has grown significantly. Since most of those markets are for saltwater application, it was not until we had a 25-foot boat that we were able to really make inroads in the target countries. This boat performs very well in open seas and therefore opened new opportunities for the brand. We expect the international market to grow in the low double digit range for our segment and our market share to grow within those markets, which should result in a compounded positive impact to our business.

WELLCRAFT

Nous avons réalisé des investissements importants sur la gamme Wellcraft après des années centrées sur notre activité cœur de métier - la plateforme sterndrive.

Cette année nous avons présenté plusieurs nouveaux modèles de moteurs hors-bord lors de la réunion annuelle avec les concessionnaires en septembre 2015 et le lancement d'autres modèles est prévu au cours de l'année.

Wellcraft est une marque avec une riche histoire et un ADN impressionnant qui contribuent au développement du réseau de distribution et à la présentation des nouveaux modèles. Avec ses nouveaux modèles « bayboat » et à consoles centrales, au sein de sa flotte de bateaux de pêche familiaux, Wellcraft répond à une demande qui n'était pas adressée sur le marché. Avec le model year 2017, la marque offrira une gamme complète de bateaux ce qui permettra de développer le réseau de distribution et de cibler de nouveaux marchés.

Aux Etats-Unis, cette année, la priorité est le développement du réseau de distribution, ce qui permettra, avec le lancement conjoint de nouveaux modèles, une croissance des ventes en volume dans le haut d'une fourchette à deux chiffres.

Au Canada, Wellcraft s'adresse à un marché étroit. Le marché canadien de la navigation côtière est limité et c'est sur ce segment que les nouveaux modèles sont les plus performants. Cependant un potentiel de développement existe dans la région des Grands Lacs. La marque est bien positionnée sur ce marché avec un solide réseau de distributeurs existants.

A l'international, Wellcraft a enregistré une croissance sensible sur plusieurs marchés. Pour l'utilisation en mer, la notoriété de la marque est importante à l'étranger. Là aussi, la priorité est de développer une plateforme de distribution plus importante en s'appuyant sur le réseau du Groupe Bénéteau dans les marchés clés. Grâce aux concessionnaires, notre présence est en progression sensible dans les salons nautiques et les ventes de détail augmentent. Notre objectif est la poursuite de cette tendance.

After years of focusing on the core business (stern drive brands), we are now investing significantly in the Wellcraft offering.

Starting this year, a major new product development investment was made with several new outboard models introduced at the annual dealer meeting in September 2015, and several more models to come throughout the year. The Wellcraft brand has a rich history and tremendous brand equity which is being leveraged in the marketplace for network development and new model introductions. The brand fills a void with new bay boat models and center console boats rounding out the Wellcraft offering of family fishing vessels. By model year 2017, the brand will offer a complete new line of boats, which will allow us to expand our dealer network and reach markets where we have not had much presence to date.

In the U.S, dealer development is the main priority this year, which coupled with new models, will result in incremental volumes throughout the year. We plan for volume increases in the higher double digits.

The Canadian market for the segment in which Wellcraft competes is fairly limited. The Canadian coastal market is relatively small and that is where the new boats perform best. That said, there is also some potential for development around the Great Lakes and we are very well positioned to capture a significant part of that volume with a very strong existing distribution base.

We have seen a steady growth increase in many International markets for Wellcraft. Primarily being a saltwater product, it is a popular brand overseas. Again, our focus will be building a stronger distribution channel, and we continue to do this by leveraging the Groupe Beneteau networks in key international markets. We are seeing increased presence by our dealers at boat shows and the retail results are positive to date. We expect this growth to continue.

De haut en bas / *from top to bottom:*
340 Coastal
232 C
241 Fisherman

Résidence de loisirs : Le meilleur pour le camping

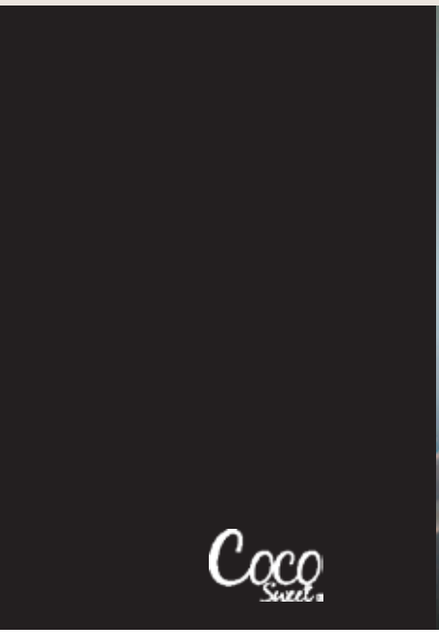
B

COCO SWEET
IRM
O'HARA
BH

Tournée vers ses clients, la Division d'Habitat de loisirs dispose d'une offre large et étendue grâce à ses 3 marques regroupées autour d'un étendard « I love Camping ». L'objectif est de soutenir les efforts en faveur d'un hébergement de qualité, de perfectionner le Mobil-home pour le plus grand plaisir des utilisateurs. Ces modèles s'accordent parfaitement à l'esprit du camping et contribuent aux vacances réussies.Aujourd'hui la segmentation de notre offre nous permet de répondre de manière la plus juste possible à des clients aux profils différents qui eux-mêmes organisent leur activité selon la variété des vacanciers qu'ils reçoivent. A cette fin, la lisibilité de nos marques est une motivation forte. En 2016 sortira la gamme résidentielle, pour reconquérir et redynamiser un marché en perte de vitesse ces dernières années.

Leisure homes: the best for camping

Focused on its customers, the Leisure Homes Division has a wide, extensive range thanks to its three brands, united around a shared banner: ''I love Camping''. When you love camping, when you want to develop an authentic lifestyle, you want the best of camping! The aim is to support efforts to promote quality accommodation, further enhancing mobile homes to offer more tranquility and enjoyment for users, with models that fit perfectly with the camping mind-set, helping ensure their holidays are a success. Today, our product segmentation around each brand enables us to ensure the most effective response possible for customers with different profiles who organize their own businesses around the variety of vacationers they welcome. To support this, the clarity of our brands is a strong motivating factor. In 2016, the residential range will be released with a view to reconquering and revitalizing a market that has been slowing down for the past few years.



UN NOUVEAU CONCEPT POUR VIVRE AUTREMENT SES SÉJOURS AU CAMPING

Cocosweet, la dernière née de nos marques est arrivée sur le marché en 2013 avec un tout nouveau produit à la fois fonctionnel et cosy, ludique et douillet : une alternative à la tente et au Mobilhome.

Coco est un habitat malin et rigolo, pour 4 personnes. Conçu pour séduire une nouvelle clientèle, il est une réponse pour rentabiliser les emplacements nus chez nos clients campings. Installé sur 200 campings dans 7 pays, il est déjà une star européenne.

Son mode de commercialisation sous forme de Location Longue Durée créée une offre inédite sur son marché. Ainsi au bout de 7 années le produit est remplacé par un Coco neuf. Un petit frère est venu compléter l'offre cette année, un Coco pour 2…

Forte de sa nouveauté, la marque investit auprès des particuliers pour capter les futurs clients des campings Coco compatibles. Proactive dans la communication, Coco a été récompensée d'un 3ème prix pour le meilleur site internet des entreprises de plus de 250 salariés par l'édition 2015 des Trophées de la Communication.

A new concept
for a new camping experience

Cocosweet, our latest brand, arrived on the market in 2013 with an entirely new product that is functional cozy, fun and snug: an alternative to tents and mobile homes. Coco is a smart, fun pod for four people, designed to attract a new clientele, boosting the profitability of bare pitches for our campsite customers. Rolled out at 200 campsites across seven countries, it is already a star performer in Europe.

In 2014, it won the SETT d'or award for innovation. It is available under long-term leases, creating a ground-breaking offer on its market: after seven years, the product is replaced with a new Coco. A younger brother joined the Coco family this year, with a Coco for two…

Building on its new status, the brand is investing in individuals to attract future customers for Coco-compatible campsites. Coco's proactive communications were recognized with third prize for the best website for businesses with over 250 staff in the 2015 Trophées de la Communication awards.

LA MARQUE LA PLUS POPULAIRE AUPRÈS DES HABITUÉS DU MOBILHOME

IRM est la marque historique parmi les constructeurs français de Mobilhomes. Fondée en 1992 par Monsieur Tessier (qui nous a quittés le 15 mars 2015, âgé de 82 ans), le pionner du Mobilhome en France.

Leader du marché, elle est riche de son expérience et promet aux vacanciers des jours heureux. Tout ce qui est imaginé pour IRM est au service des utilisateurs avec des modèles toujours plus confortables, plus spacieux et plus fonctionnels.

Reconnue pour la qualité de ses produits et de ses services, pour son expertise technique et professionnelle, elle est la marque la plus populaire auprès des habitués du Mobilhome. La gamme s'est étoffée cette année d'un nouveau modèle terrasse intégrée : le Loggia Bay, réponse au mode de vie « dedans-dehors », sa terrasse sous toiture prolonge une pièce de vie généreuse. Les services associés à la marque sont renforcés par une boutique de pièces détachées mise en ligne pour une livraison rapide et prioritaire de 2000 références d'articles en soutien au service SAV. Aussi, une bibliothèque d'images est maintenant disponible sur le Net pour aider nos clients dans leur activité de commercialisation des produits IRM.

Les axes d'innovation en cours de développement que nous suivons pour la marque ont pour objectifs d'améliorer l'ergonomie et la facilité d'entretien des Mobilhomes IRM.

The most popular brand with mobile home enthusiasts

IRM is France's best-established mobile home brand. It was founded in 1992 by Mr Tessier, who passed away on March 15 this year, aged 82, and was the pioneer for mobile homes in France. The market leader, it has extensive experience and promises happy days for vacationers. Everything IRM conceives is focused on serving users, with models that are increasingly comfortable, spacious and functional. Renowned for the quality of its products and services, for its technical and professional expertise, it is the most popular brand with mobile home enthusiasts. This year, the range was further strengthened with a new integrated terrace model: the Loggia Bay, a response to indoor-outdoor lifestyle demands, its roofed terrace offers generous extra living space. The brand's services have been further strengthened with a spare parts store put online to ensure quick, priority deliveries of 2,000 items supporting its after-sales service. An image library is now available online to help our customers with their business to sell IRM products. The areas for innovation that we are developing for the brand aim to improve the ergonomics and ease of maintenance of IRM mobile homes.

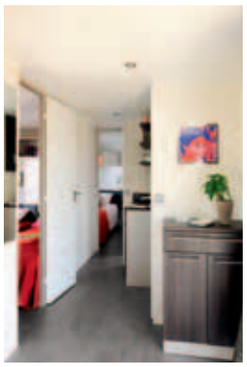
O'HARA

UNE MARQUE PIONNIÈRE AYANT « L'OBSESSION DU TOUJOURS MIEUX »

O'Hara présente des Mobilhomes différents et uniques sur le marché. Précurseur depuis plus de 20 ans, O'Hara accompagne les gestionnaires de camping dans le développement du « camping autrement » et initie les tendances en terme de design, de confort, ou encore d'engagement éco-responsable.

O'Hara bouscule. Participante active à l'évolution du camping, en 2014, la marque a présenté Maestro : un concept de Mobilhome haut de gamme qui a tout d'une prestation hôtelière de luxe.

Entre le Mobilhome et l'habitat traditionnel, ce produit a été remarqué sur les salons. Son succès a permis de repenser la gamme Key West de la marque O'Hara, et ce sont donc 2 modèles haut de gamme qui ont remplacé les 4 modèles qui formaient l'offre Key West.



Cette année encore, une nouvelle ambiance intérieure a été conçue pour l'ensemble des produits O'Hara ce qui renforce l'avance de la marque en terme de design, de cloisons texturées, de surfaces unies mates des meubles, de luminaires. Une ligne de choix élégants incluant un peu de fantaisie.

Après la cuisine en îlot sortie en 2013, la marque a présenté sur les salons de la rentrée les douches XXL bac plat avec cloisons étanches. Ces orientations qui privilégient des ambiances et des agencements proches de l'habitat résidentiel seront poursuivies au cours des prochaines années.

Pioneering brand "obsessed with constantly raising standards".

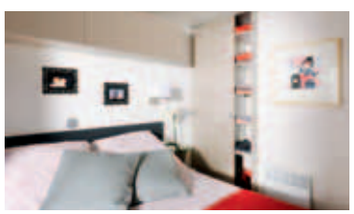
O'Hara offers different mobile homes that are unique on the market. A pioneer, O'Hara has been supporting campsite managers for over 20 years to develop a "different camping experience".

O'Hara sets new trends for design, comfort and even eco-responsible commitments. O'Hara is breaking new ground, with campsites organized around colors thanks to its exclusive, technically innovative partition released in 2013, then extended with other shades and textures.

Actively engaged in the development of camping, it unveiled Maestro in 2014: a high-end mobile home concept with luxury hotel-standard facilities. Halfway between a mobile home and a traditional house, this product has generated strong levels of interest at the shows. Its success has enabled us to rethink the O'Hara brand's Key West range, with two high-end models replacing the four models that previously made up the Key West series.

Once again this year, a new interior design for all O'Hara products has enabled the brand to continue to lead the field for design aspects: textured partitions, single-surface matt furniture and light fittings are just some of the elegant choices, with a touch of fantasy.

Following the kitchen island released in 2013, at the early-season shows the brand presented its XXL flat-tray showers, with watertight partitions. In the years ahead, we will maintain this focus on developing layouts and atmospheres close to regular homes.



EFFICACITÉ INDUSTRIELLE ET NOUVEAUX MARCHÉS

BH renforce sa position innovante au sein du marché de l'habitat et son offre industrielle à ossature bois séduit de plus en plus les maîtres d'ouvrage tant publics que privés.

Qualité industrielle, délais réduits, performances énergétiques, coûts maîtrisés et architecture personnalisée sont autant d'atouts avérés avec plus de 600 maisons individuelles et plus de 1200 studios en résidences collectives réalisés à ce jour.

BH continue ses recherches en innovation produits et techniques industrielles : enduit de façade et charpentes réalisés en usine, carrelage flottant, combles aménagés,… La résidence étudiante Agroparc livrée à Avignon illustre ces performances : 170 studios livrés sans réserve après 10 mois de travaux et intégrant le système de carrelage flottant.

Cette année de COP21 met en lumière la dimension environnementale de l'offre BH : des logements bas carbone grâce à son procédé bois. Dans cette logique, BH explore le développement des matériaux biosourcés et travaille dès maintenant aux performances BEPAS et BEPOS.

Ces avancées séduisent de nouveaux marchés, notamment celui de la promotion privée : Cogedim, Crédit Agricole Immobilier, Promeo. Autant de grands noms de la profession qui font confiance à BH avec 7 programmes livrés pendant l'exercice 2014/2015 et 3 programmes à livrer en 2015-2016.

Industrial efficiency and new markets

BH is further strengthening its innovative position on the housing market and its industrial timber-frame offer is attracting more and more public and private project owners. Industrial quality, reduced lead-times, energy performance levels, effectively controlled costs and personalized architecture are some of the proven benefits that have been delivered on over 600 individual homes and 1,200 studios in collective residences developed to date.

BH is continuing with its research into innovations for products and industrial techniques, from facade render and frameworks produced in its factory to floating tiles and roof spaces that are fitted out and ready for use. The Agroparc student residence, delivered in Avignon, illustrates these outstanding features: 170 studios delivered with full approval after 10 months of work, integrating the floating tiling system.

With COP21 held this year, this highlights the environmental dimension of what BH offers: low-carbon housing thanks to its timber-based approach. With this in mind, BH is looking into developing biosourced materials and is currently working on passive and positive energy building performance.

These advances are attracting new markets, particularly with private developments: Cogedim, Crédit Agricole Immobilier, Promeo. Just some of the industry's leading names that trust BH, with seven programs delivered during 2014-15 and three programs to be delivered in 2015-16.

MCY 105 - MONTE CARLO YACHTS

Numérisation, optimisation, qualité et souci de l'environnement au cœur de la chaine de production.

L'année 2014-2015 a été une année importante pour les chantiers Bénéteau et Jeanneau. Nous avons lancé trois bateaux d'envergure sur les sites Vendéens : le Monte Carlo 6, la Prestige 680 et le Jeanneau Y 64. Pour accompagner la sortie de ces modèles, nous avons utilisé notre capacité d'industrialisation et notre expérience de production pour proposer des volumes annuels jamais produits par un chantier, sur ces tailles de bateaux. Dans nos phases de développement, nous avons amplifié l'utilisation des maquettes numériques pour mieux anticiper la visualisation du produit final et des phases techniques des étapes de montage. En parallèle de ces développements produits, nous avons continué à progresser sur les technologies propres de moulage pour réduire notre niveau d'émission de styrène, la protection de l'environnement dans nos modes de production étant une valeur importante du Groupe Bénéteau. Nous avons amélioré notre offre et nos finitions sur les bois intérieurs. En augmentant nos propositions d'essences de bois et en travaillant sur nos finitions vernis, nous espérons répondre encore mieux aux besoins de nos clients. Enfin, la démarche « lean manufacturing » a été renforcée dans nos sites de production de façon à continuer d'optimiser nos coûts de production.

Chacune de nos équipes de développement et de production cherchent en permanence à s'améliorer pour mieux servir nos clients.

Production chain focused on digitalization, optimization, quality and concern for the environment.

2014-15 was an important year for the Bénéteau and Jeanneau yards. We launched three major boats at our sites in France's Vendée region: the Monte Carlo 6, the Prestige 680 and the Jeanneau Y 64. To support the release of these models, we have capitalized on our capacity for industrialization and production experience to offer annual volumes never reached before by a yard for boats of this size. In our development phases, we have ramped up the use of digital modelling in order to better anticipate how the final product will look, as well as the technical phases involved in the various assembly stages. Alongside these product developments, we have continued to make progress with clean molding technologies to reduce our levels of styrene emissions, since protecting the environment in our production methods is an important value for the Bénéteau Group. We have improved our offer and finishings for timber interiors. By offering a wider selection of woods and working on our varnished finishings, we hope to meet our customers' needs even more effectively. Lastly, the lean manufacturing approach has been further strengthened at our production sites in order to continue optimizing our production costs.

All our development and production teams are constantly looking to improve in order to better serve our customers.

PALACE

[illegible]

[illegible]

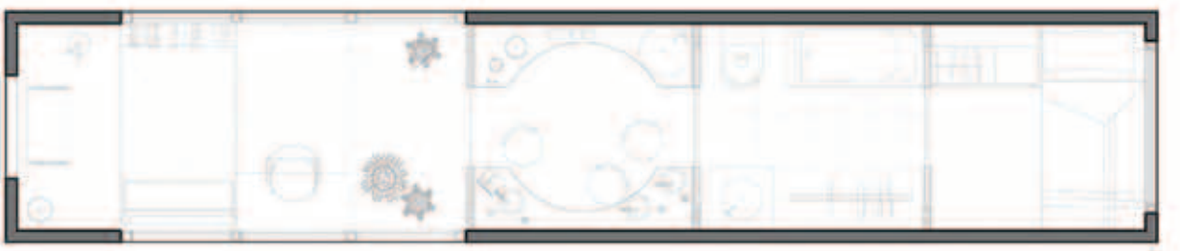
[illegible]

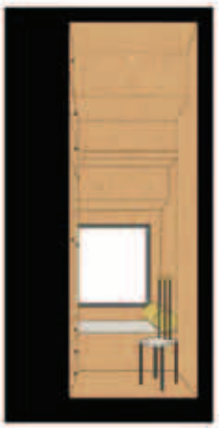
[illegible]

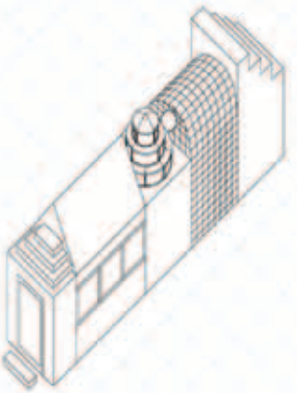
[illegible]

[illegible]

[illegible]







ANNETTE ROUX

LA FONDATION D'ENTREPRISE BÉNÉTEAU 10 ans d'engagement en faveur de l'innovation dans l'univers du nautisme et de l'habitat.

Présidée par Annette Roux, la Fondation d'entreprise Bénéteau vient de fêter son dixième anniversaire. L'occasion d'élargir ses ambitions. La Fondation a pour ambition d'encourager et promouvoir des projets innovants dans l'univers du nautisme et de l'habitat ainsi que l'émergence de métiers contribuant à la création et à l'innovation dans ces secteurs. Elle œuvre également à protéger et mettre en valeur le patrimoine naval et à sensibiliser le grand public aux enjeux de la protection de l'environnement, notamment dans l'univers du nautisme. Et, depuis 2015, la Fondation souhaite identifier les facteurs favorables au développement des nouvelles pratiques du nautisme et des nouveaux modes d'habitat, agir pour les promouvoir et mesurer leur accueil.

Le concours d'architecture de l'habitat alternatif

Ouvert à toutes les écoles nationales supérieures d'architecture, mais aussi aux écoles de design et de beaux-arts françaises, le concours sollicitait les étudiants pour concevoir un studio pouvant être implanté sur la parcelle d'une habitation existante. Les 3 premiers prix ont récompensé des projets innovants : le concept très original du « Palace », dont les matériaux nobles vont totalement à contre-courant de l'air du temps, la structure horizontale « Let's break the rules », et « Flatpack », maison en kit qui se construit facilement.

La deuxième vie de Lady Valentine

Propriété de la Fondation, le « Lady Valentine » est désormais dédié à la formation professionnelle et a ainsi accueilli près de 330 salariés du Groupe en 2015.

L'association Team Vendée

L'association propose aux jeunes talents français de se former aux différents métiers de la course au large et à gérer un projet de course dans sa globalité.

Le projet BO²N

Le projet BO²N porte sur le développement d'un prototype d'équipement installé à bord par les navigateurs afin de collecter des données scientifiques (pollution, salinité,…) et de les transmettre à des organismes spécialisés pour analyse.

Le prix AACSM

(Les Amis des Anciens Canots de Sauvetage en Mer)
Doté par la Fondation, le prix a pour vocation d'encourager des projets de restauration de canots de sauvetage en bois.

Bénéteau Foundation: 10 years of commitment to supporting innovation for boating and housing.

With Annette Roux as its President, the Bénéteau Foundation has just celebrated its 10th anniversary. An opportunity to broaden its ambitions. The Foundation aims to encourage and promote innovative boating and housing projects, as well as the emergence of professions contributing towards creation, design and innovation in these sectors. Its work also involves protecting and showcasing naval heritage, in addition to raising public awareness of environmental protection issues, particularly in the boating world. Since 2015, the Foundation has been looking to identify factors that will support the development of new boating practices and new forms of housing, taking action to promote them and measuring responses to them.

Alternative housing architecture competition

Open to all architecture schools nationwide, as well as design and fine arts schools across France, the competition invited students to design a studio that could be created on the plot of an existing house. The top three prizes rewarded innovative projects: « Palace » and its highly original concept, with its refined materials going completely against current trends, « Let's break the rules » and its horizontal structure, as well as « Flatpack », an easy-to-build kit house.

Second life for Lady Valentine

Owned by the Foundation, Lady Valentine is now devoted to professional training, welcoming nearly 330 of the Group's employees in 2015.

Team Vendée association

The association offers opportunities for young French talents to get trained up on the various professions involved with offshore racing and managing all aspects of race projects.

BO²N project

The BO²N project is focused on developing a prototype for equipment fitted on board by sailors in order to collect scientific data (pollution, salinity, etc.) and transmit it to specialist organizations for analysis.

AACSM award

Supported by the Foundation, this award aims to encourage projects to restore wooden lifeboats, working with the association « Les Amis des Anciens Canots de Sauvetage en Mer ».

TRAJECTOIRES / *CAREER PATHS*

GIANGUIDO GIROTTI
Directeur Marketing Voile de la marque Bénéteau
Marketing Director, Sailing Yachts, Bénéteau brand

« Né au sein d'une famille de marins passionnés, la voile est inscrite dans mes gènes.

Mon grand-père était ingénieur hydraulique, il a lui-même conçu et construit le premier bateau familial. Marchant dans ses pas, mon père a travaillé pour un architecte naval italien. Tous deux m'ont transmis leur passion pour la mer et l'architecture navale. C'est ainsi qu'à 15 ans quand j'ai fait mes premières régates avec mon père sur un First 40.7, j'ai décidé que cet environnement serait le socle de ma vie professionnelle.

Je suis parti à 18 ans étudier à l'Université de Southampton. Depuis 20 années se sont écoulées rapidement et avec bonheur : l'université, German Frers, Grand Soleil, Dufour et aujourd'hui Bénéteau. A chaque fois dans ma carrière que j'ai voulu insuffler de nouvelles idées ou prendre de nouvelles orientations, Bénéteau était sur ma route avec toujours les bonnes idées, les moyens et une capacité hors du commun à faire aboutir les projets.
Aussi, rejoindre aujourd'hui cette grande maison résonne en moi comme une consécration personnelle. Chez Bénéteau, on explore, on tente et on prend des risques. Ce sont des valeurs auxquelles je crois et que j'aime partager. »

« I was born in a family of sailing enthusiasts, so sailing is in my genes.

My grandfather was a hydraulic engineer and he designed and built our first family boat himself. Following in his footsteps, my father worked for an Italian naval architect. Both of them passed their passion for the sea and naval architecture on to me.
At the age of 15, when I took part in my first regattas with my father on board a First 40.7, I decided that I wanted to work in this environment.

At 18, I went off to study at the University of Southampton. The past 20 years have gone quickly, and happily: university, German Frers, Grand Soleil, Dufour and today Bénéteau. Whenever I have wanted to introduce new ideas or take a new direction in my career, Bénéteau has always been there, always with the right ideas, the means required and an extraordinary ability to see projects through to completion. So, joining this outstanding company today feels like a personal consecration for me. At Bénéteau, we explore, we try out and we take risks. These are values that I believe in and that I like to share. »

PIOTR JASIONOWSKI
President of the Management Board of Ostróda Yacht Ltd
President of the Management Board of Ostróda Yacht Ltd

« Je suis diplômé de l'université de Technologie, d'ingénierie et de technologie navale de Gdansk.

Après une période de formation dans la marine marchande, j'ai été employé dans ma ville natale d'Ostróda en 1992. Le nautisme, la construction et la technologie navale ont toujours été mes centres d'intérêt.

J'ai débuté en tant qu'architecte naval avant de devenir responsable du département de la conception.
En 1994, lors des privatisations, la société Ostróda Yacht fut créée. Sa croissance dynamique a rendu nécessaire un changement de structure. C'est ainsi que je suis devenu directeur de la production en 1995 puis président du conseil d'administration en 1998. En raison de sa collaboration avec Jeanneau, Ostróda Yacht a rejoint le Groupe Bénéteau en 1995.

J'ai beaucoup de chance de pouvoir conjuguer passion personnelle et carrière professionnelle. Je peux m'épanouir dans mon travail dans ma ville natale entouré de ma famille et de mes amis dans un environnement que j'affectionne.
Et en même temps, appartenir au Groupe Bénéteau permet d'être en contact étroit avec le « vaste monde » et ainsi de participer à la construction du futur de l'industrie nautique au sein de laquelle Bénéteau est un leader indiscuté. »

« I graduated from Gdansk University of Technology's Faculty of Ocean Engineering. After training with the merchant navy, I found a job in my home town of Ostroda in 1992. I have always been interested in the world of boating, naval technology and construction.

I started out as a naval architect before being appointed to head up the design department. In 1994, during the privatizations, the company Ostróda Yacht was created. As a result of its dynamic growth, it needed to change its structure. In this way, I became

production director in 1995, then chairman of the board of directors in 1998. Thanks to its collaboration with Jeanneau, Ostróda Yacht joined the Bénéteau Group in 1995.

I feel very fortunate to be able to combine my personal passion with my career. I have a job that I really enjoy, working in my home town, surrounded by my family and friends, in an environment that I am very fond of. Alongside this, being part of the Bénéteau Group enables me to be in close contact with the ''wider world'', helping build the future of the boating industry, within which Bénéteau is an undisputed leader. »

DELPHINE PLANES
Directrice des Achats Bateaux
du Groupe Bénéteau
Purchasing Director for Boats, Bénéteau Group

« J'ai rejoint le Groupe il y a cinq ans en qualité d'acheteur gréement. Je n'avais jamais navigué et c'est avec la bienveillance de nos experts que j'ai découvert le nautisme. Une industrie passion bien différente des secteurs dans lesquels j'avais exercé jusqu'alors en Europe ou en Asie.

J'ai rapidement eu l'opportunité d'accéder à un poste de management en occupant la fonction de responsable achats au sein de la division habitat du Groupe pendant deux ans. Ce fut une expérience intense. Grâce à l'engagement des équipes, nous avons relevé de beaux défis. Mais, j'ai grandi en Corse, et le bruit de l'accastillage qui rague contre les mâts des voiliers les jours de grand vent, c'est ma madeleine de Proust…

C'est donc avec un grand enthousiasme que je prends aujourd'hui la direction du service achats de la division plaisance. A la croisée du marketing, de l'innovation, de la technique, nous prospectons afin d'identifier des partenaires d'excellence à travers le monde entier et de proposer aux concepteurs des solutions optimales. Ainsi, nous côtoyons l'ensemble des acteurs qui œuvrent à l'élaboration des bateaux de demain. La diversité de notre mission est un immense vecteur de motivation. »

« I joined the group nearly five years ago, as a buyer for rigging. I had never sailed a boat and discovered boating with the help and care of our experts - the extensive experience of whom often exceeds my own age. This passionate industry proved very different from any of the sectors I had previously worked in, across Europe or Asia.

I was soon offered a promotion, and became purchasing manager for our group's housing division. I worked for two years with a team of highly motivated professionals, in a challenging environment. We identified synergies between the leisure homes and residential housing activities for the benefit of projects under development. But I grew up in Corsica, and the sound of hardware whistling in windy harbors is like music to my ears...

Hence, it is with tremendous enthusiasm that I am returning to the boating division, as director of purchasing. I am leading a team of experienced buyers, totally devoted to their job. At the crossroads of marketing, innovation, R&D, we are constantly seeking new opportunities and optimum solutions worldwide. The diversity of our mission is highly motivating. We are interacting with the full scope of players striving to develop boats for the future.»

THIBAUT DE MONTVALON
Directeur Général de Bénéteau-Lagoon China
Managing Director of Bénéteau-Lagoon China

« Le nautisme m'est apparu comme une évidence, presqu'une vocation, alors que je n'avais que 13 ou 14 ans. Je me rappelle dire à mon père, à l'occasion d'une croisière familiale, que je travaillerai un jour chez Bénéteau. C'était une conviction.

J'ai donc multiplié les expériences, à l'Institut Nautique de Bretagne d'abord, puis sur les pontons des sociétés de charter et enfin dans le secteur logistique. J'étais systématiquement amené à travailler avec les marques du groupe. Jusqu'au jour où François Rodrigues m'a proposé de le rejoindre en Asie et ensuite de prendre la barre de la filiale Asie pour les marques Bénéteau, Lagoon et Monte Carlo Yachts.

Je vis donc aujourd'hui à Hong Kong, aux côtés de mon équipe de 6 collaborateurs. Nous avons la chance exceptionnelle d'être acteurs du développement nautique dans une région émergente qui découvre nos produits, nos métiers et la culture de la plaisance. Il y a fort à faire : les marchés sont jeunes, les volumes de vente encore timides et les contextes économiques et sociaux souvent instables. Les défis sont nombreux et le rythme asiatique exigeant, mais la solidité du Groupe et la détermination

des marques nous permettent d'être leaders sur nos marchés. »

« The boat business was an obvious choice for me, almost a vocation, when I was just 13 or 14. I remember telling my father, during a family cruise, that I would work for Bénéteau one day. I was convinced of this.

So, I began building up experience, with the Nautical Institute of Brittany to begin with, then with charter companies, and lastly in the logistics sector. Each time, I always ended up working with the Group's brands. Until the day when François Rodrigues invited me to join him in Asia and then take the helm of the Asian subsidiary for the Bénéteau, Lagoon and Monte Carlo Yachts brands.

Today, I live in Hong Kong, alongside my team of six staff. We are exceptionally fortunate to be involved in the boating industry's development in an emerging region that is discovering our products, our activities and the recreational boat culture. There is a lot to do: the markets are young, the volumes of sales still low, and the economic and social environments often unstable. There are many challenges and the Asian pace of business is demanding, but the Group's strength and the brands' determination are enabling us to be leaders on our markets. »

MERRY DE LA POEZE
Responsable de l'activité moteur de Jeanneau
Motorboat Product Director, Jeanneau

**« Mai 1980, le bonheur :
je rejoins Jeanneau pour 13 années axées sur le commerce réseau.
Septembre 2004, à nouveau le bonheur, j'intègre le Groupe Bénéteau pour des années de responsabilité produit.
Entre les deux,
10 années merveilleuses dans l'importation de moteurs hors-bord.**

Ma vie professionnelle tourne autour de deux grandes marques qui font tant rêver. Quelle chance inouïe !
Des rencontres ? Des distributeurs si engagés pour la marque qui forcent le respect et nous rendent responsables.
Des « sorciers » designers, opérateurs, modeleurs, qui concrétisent les idées sommairement exprimées. De nombreux clients, notre raison de vivre, si heureux de partager leurs émotions.
Des échecs ? bien sûr mais heureusement, le travail d'équipe est déterminant pour les limiter.
Des réussites ? Ah oui ! Entre autres, le succès de la gamme NC sur une idée si simple de « vraie vie à bord », la transformation de la gamme Cap Camarat, ou l'évolution des gammes Merry Fisher!
Quelques réflexions sur ce métier?
L'humilité, nécessaire afin de toujours privilégier l'ADN de la Marque. Le travail d'équipe, essentiel, pour partager les moments difficiles et les belles réussites. et la passion intacte pour se régénérer.
Enfin, une question de fond: comment transmettre la connaissance?
Mais je m'arrête là, le travail m'attend, le « plan produits » n'attend pas ! »

***« In May 1980,
I was delighted to join Jeanneau, for 13 years focused on the network business. In September 2004, to my great delight once again, I joined the Bénéteau Group, for years as a product manager. Between the two, 10 wonderful years in importing outboard engines.***

My career has revolved around two leading brands that inspire so many dreams. I have been incredibly fortunate!
What about people I have met?
Such dedicated distributors for the brand who demand respect and make us responsible.
"Magician" designers, operators, model-makers, who bring sometimes vague ideas to life. Many customers, what we live for, so happy to share their emotions.
What about failures? Of course, but fortunately, our teamwork is crucial to limiting them.
What about successes? Definitely! Highlights include the success of the NC range, with such a simple idea for "real life on-board", the transformation of the Cap Camarat range, or the evolution of the Merry Fisher ranges!
What about some thoughts on this business?
Humility, which is vital in order to always stay true to the brand's identity and roots. Team-work, which is essential for sharing the hard times AND the great achievements. And sustained passion, for regenerating ourselves.
One final question: how can we ensure knowledge is passed on?
But I will stop there, my work awaits, the "product plan" cannot wait! »

FIRST 35- BÉNÉTEAU

Attaché au respect et à l'écoute de ses clients, le Groupe Bénéteau les accompagne dans le monde entier en s'appuyant sur un réseau international de plus de 500 distributeurs qui les conseillent et les assistent dans plus de 50 pays.

Le métier de constructeur ne s'arrête pas à la livraison des bateaux ; les marques du groupe Bénéteau accompagnent leurs clients de l'acquisition à la revente de leurs produits. Dans le domaine de la plaisance, la société de financement **SGB Finance**, captive de financement dynamique et puissante, permet aux clients de concrétiser leurs projets.
Premier réseau européen des professionnels de l'occasion, **EYB** facilite la revente des bateaux grâce à une base de données unique en ligne sur le site d'EYB Boats. En matière d'hôtellerie de plein air, le Groupe propose également des services de qualité adaptés aux besoins des professionnels et des particuliers en matière de financement, de transports, de SAV et de rénovation.

Committed to respecting and listening to its customers, the Bénéteau Group is able to accompany them worldwide, backed by an international network of over 500 distributors, who provide them with advice and support in more than 50 countries.

A boat builder's job does not end upon delivery. The Bénéteau Group's brands accompany their customers from the acquisition through to the resale of their products. In the recreational boats sector, ***SGB Finance****, the dynamic and strong captive finance company, enables customers to move forward with their plans.*
Europe's leading network for preowned boat professionals, ***EYB*** *makes it easier to sell boats on again thanks to a unique online database on the EYB Boats site. In the mobile home sector, the Group also offers quality services tailored to the financing, transport, after-sales service and refurbishment needs of professionals and individuals.*

CREDITS PHOTOS : JEROME KELAGOPIAN, BILLY BLACK, JEAN-MARIE LIOT, GILLES MARTIN RAGET, ROLAND FARDEAU, JEAN-JACQUES BERNIER, NICOLAS CLARIS, STÉPHANE DE BOURGIES.

WWW.BENETEAU-GROUP.COM