



Au Cannes Yachting Festival, le Groupe Beneteau est à l'offensive : 24 nouveautés et son programme de refit NEO étendu à LAGOON, BENETEAU et JEANNEAU.

Cannes, le 8 septembre 2026,

À l'occasion du Cannes Yachting Festival, le Groupe Beneteau présente 24 nouveautés pour la saison 2026-2027 et poursuit l'accélération engagée dans le cadre de son plan de 66 lancements entre 2025 et 2027.

Dans un marché toujours marqué par l'incertitude et des décisions d'achat plus longues, le Groupe choisit d'être à l'offensive en agissant sur les leviers qu'il maîtrise : le produit, les services et l'expérience client. Il concentre son action sur trois priorités : réduire l'impact environnemental de la navigation, faciliter l'accès au nautisme et poursuivre la montée en gamme de son offre. NEO est le programme de refit de bateaux d'occasion du Groupe, désormais étendu à JEANNEAU et BENETEAU après LAGOON.

« Dans un marché incertain, nous ne choisissons pas d'attendre. Nous continuons à investir, à accélérer et à agir sur les leviers que nous maîtrisons. Notre stratégie est claire : proposer les bons produits et les bons services, de l'offre accessible au premium », déclare Bruno Thivoyon, Président du Directoire du Groupe Beneteau.

66 lancements en trois ans : l'accélération commence à produire ses effets

Avec 66 lancements prévus entre 2025 et 2027, le Groupe Beneteau augmente de 50 % le rythme de renouvellement de ses gammes par rapport aux trois années précédentes. 23 modèles ont été lancés en 2025 et 24 le seront pour la saison 2026-2027.

Les premiers résultats confortent cette stratégie : les modèles lancés en 2025 représentent près de 30 % des ventes du premier semestre 2026. Sur la même période, les ventes retail progressent de 14 % par rapport au premier semestre 2025.

Pour accompagner cette accélération, le Groupe Beneteau a fait évoluer son organisation produit autour d'un nouveau Design Center transversal, qui réunit les expertises produit, architecture navale et design. Cette organisation donne au Groupe la capacité de piloter simultanément un nombre élevé de développements et de tenir ce rythme inédit de lancements.

24 nouveautés pour renouveler l'offre, de l'accessible au premium

Les 24 nouveautés de la saison traduisent la stratégie du Groupe sur l'ensemble de son portefeuille : accessibilité, renouvellement du cœur de marché, ouverture de nouveaux usages et premiumisation.

En voile monocoque, BENETEAU et JEANNEAU poursuivent le renouvellement de leurs gammes avec le First 36 Spirit, l'Oceanis 42, le Sun Odyssey 385 et le First 60. L'offre couvre ainsi la performance accessible, le cœur de marché et le premium.



En multicoque, le Groupe renforce plusieurs positions complémentaires : le Lagoon 47 renouvelle le cœur de gamme, l'Excess 16 devient le nouveau fleuron de la marque, tandis que le Lagoon Eighty3 développe l'offre premium en catamaran moteur. Avec le Sea Loft 480, JEANNEAU transforme par ailleurs un concept présenté l'an dernier en un modèle de série destiné notamment au charter, au tourisme et à l'hôtellerie.





Sur le dayboating, le Groupe accélère particulièrement le renouvellement de son offre. Le Jeanneau Cap Camarat 6.0 CC répond à l'enjeu d'une offre accessible et compétitive ; le Beneteau Flyer 30 accompagne le développement de la marque sur de nouveaux segments, notamment en Amérique du Nord ; JEANNEAU lance une nouvelle gamme avec l'EX 34, proposée en versions Hardtop et Cabin ; et WELLCRAFT poursuit son développement avec les nouveaux 33 T-Top et 33 Explorer.

En motoryachting, BENETEAU poursuit le renouvellement de ses gammes avec les Gran Turismo 40 Open, Gran Turismo 45 Open et Gran Turismo 45, ainsi que les nouveaux Swift Trawler 43 et Swift Trawler 49. Le Gran Turismo 50, présenté à Cannes, illustre par ailleurs le partenariat développé avec Alpine.



Enfin, PRESTIGE réalise avec cinq modèles le plus important programme de lancement de son histoire. La marque élargit son offre depuis le C43, nouvelle porte d'entrée dans l'univers Prestige, jusqu'au nouveau fleuron F6.7, tout en poursuivant le développement de sa gamme multicoque avec les évolutions des M6 et M8.

Le Groupe développe également son offre de services pour faciliter l'accès à la navigation et accompagner les plaisanciers tout au long de la vie de leur bateau. Wiziboat propose ainsi des formules de navigation par abonnement dans 34 bases ; des solutions dédiées accompagnent les propriétaires dans

l'utilisation, la personnalisation et la gestion de leur bateau ; et Seanapps connecte aujourd'hui plus de 15 000 bateaux pour en suivre l'utilisation, faciliter leur maintenance et améliorer l'accompagnement des propriétaires. Cette volonté d'accompagner le client et son bateau dans la durée se prolonge aujourd'hui avec le déploiement de NEO sur le marché de l'occasion.

NEO : de 2 à 8 modèles pour donner une seconde vie aux bateaux et faciliter l'accès à l'occasion

Après une première phase menée avec deux modèles LAGOON, le Groupe Beneteau accélère le déploiement de NEO, son programme de refit de bateaux d'occasion : il passe de 2 à 8 modèles à travers trois marques de référence — LAGOON, BENETEAU et JEANNEAU.

NEO s'inscrit dans la stratégie environnementale du Groupe, qui agit sur quatre leviers : architecture navale, gestion de l'énergie, matériaux et allongement de la durée de vie des bateaux par le refit. Ces leviers contribuent à l'objectif de réduction de 30 % des émissions de CO₂ du Scope 3 à horizon 2030 par rapport à 2022.

En donnant une seconde vie aux bateaux, NEO répond à un enjeu de circularité, mais aussi d'accessibilité, en permettant à de nouveaux clients d'accéder à des bateaux reconditionnés et modernisés par le constructeur. Pour chaque bateau neuf vendu, trois à cinq bateaux d'occasion sont échangés. Avec NEO, le Groupe Beneteau entend prendre une place plus active sur ce marché et élargir son offre de services autour des bateaux déjà en circulation.

Pour cela, le Groupe s'appuie sur des atouts de constructeur : une connaissance approfondie des bateaux qu'il a conçus et produits, les données techniques d'origine associées à chaque unité, trois sites spécialisés en Méditerranée avec accès direct à la mer et des compétences industrielles permettant de moderniser les bateaux et d'y intégrer les technologies les plus récentes.

« Avec NEO, nous agissons à la fois sur l'allongement de la durée de vie de nos bateaux et sur leur accessibilité. Le marché de l'occasion représente une part importante du parcours client et nous disposons de nombreux atouts pour y apporter davantage de valeur », souligne Bruno Thivoyon.

56 modèles exposés au Cannes Yachting Festival, dont 18 nouveautés

Le Groupe Beneteau présente au Cannes Yachting Festival 56 modèles, dont 18 nouveautés pour la saison 2026-2027 et 11 premières mondiales.

Le Groupe donnera également rendez-vous à la presse le 10 septembre pour un point d'étape consacré à E-LEKTRA Marine, développé avec Fountaine Pajot autour de l'électrification de la voile.

À PROPOS DU GROUPE BENETEAU

Fondé en Vendée il y a 140 ans par Benjamin Bénéteau, le Groupe Beneteau est aujourd'hui un acteur mondial de référence dans l'industrie nautique. Fort d'une présence industrielle internationale avec 16 sites de production et d'un réseau commercial mondial, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de près de 850 millions d'euros en 2025 et emploie plus de 6 200 collaborateurs, principalement en France, aux États-Unis, en Pologne, en Italie, au Portugal et en Tunisie.

Fidèle à sa mission – Bringing dreams to water – le Groupe Beneteau imagine et conçoit des bateaux et des services offrant une expérience de navigation unique. À travers ses marques, le Groupe propose une offre couvrant une grande diversité d'usages et de projets de navigation, à voile ou à moteur, en monocoque ou en catamaran.

CONTACT MÉDIAS

Barbara BIDAN

Directrice de la Communication Corporate / Corporate Communication Director

b.bidan@beneteau-group.com

Tel +33 / (0)6 02 17 13 14

www.beneteau-group.com