



FONTAINE PAJOT poursuit son renouvellement de gamme avec quatre nouveaux modèles et développe une offre complémentaire de services en Méditerranée

A l'occasion de l'ouverture du Salon Nautique de Paris, FONTAINE PAJOT, un des leaders mondiaux de la fabrication de catamarans de croisière fait un point sur sa stratégie d'entreprise.

Un plan d'entreprise mis en œuvre avec succès

Depuis 2005, la direction de FONTAINE PAJOT s'est engagée sur un plan stratégique destiné à développer l'entreprise sur ses trois segments de marché :

- La mise en œuvre de processus industriels performants permettant des gains de productivité significatifs sur le cœur de gamme (+30% pour les bateaux arrivés à maturité) associés au lancement de nouveaux modèles (57,7% du chiffre d'affaires 2008/2009) ;
- La création puis le renforcement de l'offre haut de gamme «Flagship», en dédiant à ce segment le site de production de la Rochelle (30% du chiffre d'affaires 2008/2009);
- Une présence forte sur le marché des bateaux à usage professionnel à travers une gamme de catamarans dédiés (day charters, navettes fluviales, bateaux comités).

Cette phase de structuration majeure pour l'entreprise est désormais achevée et le chantier FONTAINE PAJOT présente des atouts solides pour l'avenir.

- L'offre produit, la plus complète du marché, proposant des catamarans labélisés «Bateau Bleu» pour une plaisance éco-responsable ;
- Un positionnement en phase de consolidation sur le segment haut de gamme ;
- Une maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur industrielle avec des savoir-faire et des process industriels intégrés et optimisés en productivité, de la conception à la fabrication.

Malgré un climat économique difficile, FONTAINE PAJOT a maintenu sa stratégie de renouvellement de gammes en 2008/2009. L'entreprise, a fait preuve de flexibilité en adaptant graduellement sa capacité de production aux contraintes nouvelles. C'est sur cette ligne, que le management entend se développer à l'avenir en continuant à apporter des nouveautés.

Un plan stratégique de développement centré sur la relation clients

En 2010, le chantier met en œuvre une stratégie de proximité de sa clientèle finale à travers la densification de son réseau commercial et une offre de services complémentaires au lancement de nouveaux modèles.

Le renforcement du réseau de vente a d'ores et déjà été mené en France et a démontré son efficacité avec une augmentation du chiffre d'affaires sur cette zone de 8,4% dans un contexte de marché perturbé. Le déploiement de ce modèle sur les autres zones du monde est en cours.

Dans une démarche de fidélisation de sa clientèle, FOUNTAINE PAJOT complète sa stratégie produits, par une offre de services personnalisés et adaptés aux clients : de la place de port à la préparation de bateaux sur des bases dédiées.

Un premier accord de partenariat avec la Marina de Bizerte (Tunisie)

Dans le cadre ce nouveau plan, FOUNTAINE PAJOT annonce un premier accord de partenariat avec la Marina de Bizerte.

La Marina de Bizerte, en cours d'aménagement, sera un port de qualité et d'envergure, dans laquelle les clients de FOUNTAINE PAJOT disposeront d'un service adapté.

L'ouverture de cette activité est prévue pour juin 2011.

Les tendances 2009/2010

A l'issue des premiers salons d'automne, la stabilisation du marché paraît se confirmer et la dynamique commerciale est plus forte que l'an passé. Le rythme de prise de commandes observé ces deux derniers mois est en rupture avec la tendance constatée depuis le début d'année.

Dans ce contexte, l'arrivée de quatre nouveaux produits, et d'un Day Charter, à l'horizon du printemps 2010, constituent pour FOUNTAINE PAJOT un avantage compétitif et un gage de rebond.

FOUNTAINE PAJOT, plus de 30 années d'expérience et de savoir-faire au service de la qualité avec 2 sites industriels performants aux process novateurs.

CALENDRIER DE COMMUNICATION :

Assemblée Générale ordinaire et extraordinaire	Le 5 février 2010
Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2009/2010 et carnet de commandes	Le 19 avril 2010

A propos

Créée en 1976 par Jean-François FOUNTAINE et Yves PAJOT, **FOUNTAINE PAJOT**, marque emblématique, a commencé sa production de catamarans grand public à partir de 1983.

Fort d'un savoir faire unique dans la conception et la fabrication de catamarans marins et confortables, **FOUNTAINE PAJOT** a créé 27 modèles et déjà livré près de 2 000 catamarans dans le monde entier.

En 2009, **FOUNTAINE PAJOT** offre une gamme complète et renouvelée de catamarans à voile (Mahé 36, Lavezzi 40, Lipari 41, Orana 44, Salina 48, Eleuthera 60 et Galathea 65) et à moteur (Queensland 55, Cumberland 46, Summerland 40 et Highland 35 Pilot).

Avec 2 sites industriels performants aux process novateurs situés au cœur de la zone de production nautique de référence dans le monde, **FOUNTAINE PAJOT** a réalisé d'importants investissements depuis 2005 afin de renouveler la gamme, d'industrialiser la production et développer l'offre haut de gamme. Sur l'exercice 2008/2009 (au 31 août 2009), FOUNTAINE PAJOT a enregistré un chiffre d'affaires de 33,8 M€.

Contacts :

Hélène de FONTAINIEU
Directrice de la communication
Tel : 05 46 35 70 40
Email : helene.de.fontainieu@fontaine-pajot.com

Corinne PUISSANT
Relations analystes / investisseurs / presse
Tel : 01 53 67 36 57
Email : cpuissant@actus.fr