



A propos de Fountaine-Pajot

Créé 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 33 modèles et livré plus de 2 000 catamarans dans le monde entier.

En 2010, FOUNTAINE PAJOT offre une gamme complète et renouvelée de catamarans à voile (Mahé 36, Lipari 41, Orana 44, Salina 48, Eleuthera 60 et Galathea 65) et à moteur (Highland 35 Pilot, Summerland 40, Cumberland 46 et Queensland 55).

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 2009/2010 (au 31 août 2010), FOUNTAINE PAJOT a enregistré un chiffre d'affaires de 32,2 M€.

Plus d'information sur
www.fountaine-pajot.com

2010-2013 nouveau projet d'entreprise

FOUNTAINE PAJOT, un des leaders mondiaux de la fabrication de catamarans de croisière, annonce ce jour son nouveau projet d'entreprise pour les trois prochaines années.

2005/2010 un programme d'investissement soutenu et respecté

Depuis 2005, la stratégie de Fountaine Pajot a été marquée par une politique soutenue d'investissements industriels.

En effet, l'entreprise a adapté et optimisé son organisation industrielle en se dotant de sites dédiés (11 500m² à Aigrefeuille pour le Cœur de gamme + 18 000m² à La Rochelle pour les grandes unités) s'appuyant sur des technologies innovantes (infusion pour les coques, injection RTM Eco pour les ponts).

Parallèlement, l'entreprise s'est attelée à la création puis au renforcement de l'offre haut de gamme « Flagship », avec 4 nouveaux modèles (En voile l'Eleuthera 60 et le Galathea 65 et en moteur le Cumberland 46 et le Queensland 55).

Grâce à ce plan ambitieux de 20,5 M€ d'investissements dont 68% pour les nouveaux modèles, l'entreprise dispose d'une gamme de bateaux considérablement rajeunie et élargie de 10 modèles (6 en voile et 4 en moteur).

A partir de 2008, malgré un climat économique difficile, Fountaine Pajot a maintenu sa stratégie de renouvellement de gammes. L'entreprise a fait preuve de flexibilité en adaptant graduellement sa capacité de production aux nouvelles contraintes de marché. Cette adaptation a permis de maintenir les fondamentaux de l'entreprise en privilégiant la maîtrise de la trésorerie (CAF de 1 M€) et le désendettement (un endettement net de 34% des fonds propres) de l'entreprise au 31/08/2010.

2010/2013 un nouveau projet d'entreprise

Ce nouveau plan prioritairement centré sur la relation clients repose sur quatre axes de développement.

▪ Adapter le réseau commercial à la nouvelle carte du monde

La carte mondiale des ventes de bateaux change. Fountaine Pajot doit s'adapter à de nouveaux marchés en croissance via la recherche de nouveaux concessionnaires et la professionnalisation des réseaux existants. L'entreprise a accru sa participation aux salons des zones en fort développement (46 salons en 2011 versus 17 en 2005) dont la Chine, le Moyen Orient et la Turquie.

Contacts :

Fountaine Pajot
Hélène de FONTAINIEU
Directrice de la communication
Tél. : +33 (0) 5 46 35 70 40
E-mail : helene.de.fontainieu@fountaine-pajot.com

Actus Finance
Corinne PUISSANT
Relations Analystes/Investisseurs/Presse
Tél. : +33 (0) 1 53 67 36 57
E-mail : cpuissant@actus.fr





▪ **Développer des offres complémentaires de services ...**

La clientèle est en recherche d'offres complètes produits et services. Fountaine Pajot complète sa stratégie produits, par une offre de services personnalisés et adaptés aux clients : de la place au port à la préparation de bateaux sur des bases dédiées. Un premier accord de partenariat a été conclu avec la marina de Bizerte (Tunisie) dont l'ouverture est prévue courant décembre 2011.

▪ **... et de nouvelles formes de commercialisation**

La clientèle recherche des offres plus souples, personnalisées et adaptées à des usages occasionnels de bateaux. Basé sur un nouveau concept – la vente en temps partagé – Fountaine Pajot a d'ores et déjà signé un premier partenariat exclusif avec Trade Winds, un groupe spécialiste de vente de bateaux en multipropriété. Cette formule permet de toucher une clientèle plus large, en dehors de la clientèle classique de la plaisance.

▪ **Innover sur les produits et les process**

Fountaine Pajot, référent en terme d'innovation, prévoit pour les 3 prochaines années 8 M€ d'investissements dans le renouvellement de sa gamme.

Des actions ciblées porteront sur :

- Le confort et l'ergonomie à bord ;
- L'intégration des énergies renouvelables ;
- La simplification et la sécurisation de la navigation.

Par ailleurs, Fountaine Pajot poursuivra ses efforts de gain de productivité et d'optimisation de nouveaux process composites.

Ce plan ambitieux s'accompagnera d'une amélioration continue de la performance de l'entreprise.

Perspectives 2010/2011

A l'issue des premiers salons d'Automne, la reprise du marché se confirme avec une dynamique commerciale plus forte.

Depuis le début de l'exercice 2010/2011, le chantier a retrouvé son rythme de fabrication nominal avec la totalité du personnel en production afin de livrer les bateaux déjà commandés.

Avec une capacité de rebond préservée, Fountaine Pajot poursuit sa stratégie fondée sur l'innovation d'une part, et le développement commercial d'autre part, comme le confirme son nouveau plan d'entreprise 2010/2013.

CALENDRIER DE COMMUNICATION :

Assemblée Générale ordinaire et extraordinaire	Le 08 février 2011
Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2010/2011 et carnet de commandes	Le 18 avril 2011
Résultats du premier semestre 2010/2011	Le 16 juin 2011

