



HOGERE ZEEVAARTSCHOOL ANTWERPEN

Plan d'Entreprise : White Sail Company

Folschette Gilles

Mémoire présenté pour l'obtention
du titre de Master en Sciences Nautiques

Promoteur : Sensen Christophe
Année académique : 2021 – 2022

AVANT-PROPOS

Le transport de cargaison à la voile est un ancien concept qui est oublié de nos jours parce qu'il est dépassé par les porte-conteneurs. Néanmoins on constate une renaissance de cette branche du secteur maritime. Donc la question se pose : où en sommes-nous aujourd'hui avec le transport de cargaison à la voile et comment le développer encore plus ? C'est un sujet qui m'interpelle particulièrement parce que ce nouveau créneau a le potentiel de changer la manière dont on fait le commerce et le transport aujourd'hui.

Je remercie particulièrement Monsieur Jeff Lebleu, cofondateur de la « Blue Schooner Company » et Madame Faustine Langevin, second sur le voilier « Grain de Sail », pour m'avoir donné des informations détaillées de leur entreprise. Ils m'ont répondu clairement et avec joie sur chaque question que je leur posais et ils m'ont aidé à comprendre les opportunités et difficultés de ce marché. De plus je tiens à remercier Monsieur Marc Siuda, Quality Manager dans l'Administration Maritime Luxembourgeoise, pour avoir relu et commenté cette thèse.

RESUME

Depuis une dizaine d'années, on voit l'apparition de bateaux voiliers qui transportent de la cargaison en provenance de producteurs locaux. Le but : construire une économie autour de leurs produits transportés à la voile tout en mettant l'homme et la nature avant tout. La « Blue Schooner Company » et « Grain de Sail » sont deux acteurs sur ce marché qui seront analysés pour savoir comment ces entreprises gèrent leur affaire et pour connaître en détail comment ce « cargo sail mouvement » fonctionne. Avant de développer son propre plan entreprise il est important de connaître les possibilités et difficultés qu'on pourra rencontrer. Cette niche du marché n'est pas encore bien développée mais se trouve juste au début. Il y a donc assez de place sur ce marché pour développer sa propre entreprise.

ABSTRACT

Over the last ten years, we have seen the appearance of sailboats transporting cargo from local producers. The goal: building an economy around their products transported by sail while putting man and nature above anything else. The “Blue Schooner Company” and “Grain de Sail” are two actors on this market that will be analyzed to understand how these companies run their business and to know how this cargo sail movement functions. Before developing a business plan, you need to know what are the possibilities and difficulties you can probably face. This market branch is not yet well developed. It is just the beginning. There is enough space for everybody in this branch.

TABLE DES MATIÈRES

1	Introduction.....	1
1.1	Pourquoi des voiliers.....	2
1.2	Le concept du transport à la voile	3
1.3	Blue Schooner Company	5
1.3.1	Présentation de la compagnie.....	5
1.3.2	La philosophie	6
1.3.3	Routes	6
1.3.4	Marchandises et prix.....	7
1.3.5	Armateur, Affréteur, Producteurs, Clients.....	8
1.3.6	Courtier	9
1.3.7	Assurances	9
1.3.8	Incoterms	10
1.3.9	Actionnaires	10
1.3.10	L'équipage.....	10
1.3.11	Futur.....	11
1.3.12	Conclusion	11
1.4	Grain de Sail.....	12
1.4.1	Présentation de la compagnie.....	12
1.4.2	La philosophie	13
1.4.3	Routes	14
1.4.4	Marchandises et prix.....	15
1.4.5	Fournisseurs et clients.....	16
1.4.6	Futur.....	17
1.4.7	Conclusion	17
1.5	Bilan de l'analyse	18
1.6	La disponibilité du transport de cargaison à la voile demain.....	19
2	Plan d'entreprise.....	22
3	Étape 1 : Présentation du projet.....	23
3.1	Les conditions météorologiques.....	23
3.1.1	Les Vents	23

3.1.2	<i>Cartes de Pilotage (Pilot Charts)</i>	25
3.1.3	<i>Les Marées</i>	29
3.1.4	<i>Météo</i>	29
3.1.5	<i>Conclusion</i>	29
3.2	Le bateau	30
4	Étape 2 : Exposer les valeurs du projet	36
4.1	Pourquoi la Méditerranée ?	36
4.2	Un regard vers le passé	38
5	Étape 3 : Étude de Marché	40
5.1	La segmentation des clients	40
5.2	Analyse des résultats	43
5.3	Concurrence	48
6	Étape 4 : Stratégie commerciale	52
6.1	Définitions des produits	52
6.1.1	<i>Le vin</i>	52
6.1.2	<i>Huile d'olive</i>	53
6.1.3	<i>Autres produits</i>	54
6.2	L'équipage	54
6.3	Les routes	55
6.3.1	<i>Route 1: France- Corse- Espagne</i>	55
6.3.2	<i>Route 2 : France-Corse-Sardaigne-Îles Baléares-Espagne</i>	59
6.3.3	<i>Route 3 : France- Corse- Sardaigne- Sicile- Crète- (Tunisie)- Gibraltar- Îles Baléares- Espagne</i>	60
6.4	Autres détails pratiques	64
7	Étape 5 : Stratégie de communication	65
8	Étape 6 : Business Model	68
9	Étape 7 : Forme juridique	74
10	Conclusion	80
11	Annexe I	83

12	Annexe II.....	86
13	Annexe III.....	87
13	Annexe IV	88
14	Annexe V	89
14.1	Pyrénées Orientale	89
14.2	Aude	89
14.3	Hérault.....	89
14.4	Gard.....	89
14.5	Bouches Du Rhône	89
14.6	Var	89
14.7	Alpes maritimes	90
15	Bibliographie.....	91

TABLES DE FIGURES

Figure 1: De Gallant	5
Figure 2: Le Grain de Sail.....	12
Figure 3: Pilot Chart Janvier	25
Figure 4: Pilot Chart Avril	26
Figure 5: Pilot Chart Août.....	27
Figure 6: Pilot Chart Octobre	28
Figure 7: voile aurique (gauche), voile marconie (droite).....	30
Figure 8: Carte d'empathie	42
Figure 9: Avez-vous déjà entendu parler des 'voiliers cargo'?.....	44
Figure 10: Intérêt pour vendre et acheter des produits transporter à la voile ?	44
Figure 11: Quels produits méditerranéens sont très appréciés dans votre commune qui ne viennent pas de la région et pourraient être transportés en voilier ?	45
Figure 12: Quels produits de votre région seraient un bon produit écologique pour être transporté à la voile ?	46
Figure 13: Route 1.....	55
Figure 14: Route 2.....	59
Figure 15: Route 3.....	61
Figure 16: Analyse Swot.....	65
Figure 17: Recettes par mois	68
Figure 18: Visualisation de la Figure 17.....	69
Figure 19: Dépenses par mois.....	70
Figure 20: Tableau des Sous-Totaux	72
Figure 21: Total par ans	72
Figure 22 : Différentes Mers en Méditerranée	87

1 INTRODUCTION

Depuis une dizaine d'années, on voit l'apparition d'un nouveau marché dans le secteur maritime : le transport de cargaisons à la voile. Même si ces voiliers sont loin de pouvoir entrer en concurrence avec les grandes compagnies comme MSC ou Maersk, qui transportent sur un bateau plus de cargaison que toute la flotte des voiliers ensemble, ils arrivent quand même à avoir de plus en plus de succès grâce à leur engagement envers la planète. Et aussi car socialement et socialement, la démarche rencontre une adhésion et un succès croissant (équiper, clients, etc.).

Dans cette thèse on va d'abord analyser deux compagnies de transport. On va essayer de comprendre comment les entreprises arrivent à gérer les défis du transport de cargaison à voile. On va répondre aux questions : Qui sont les fournisseurs, comment déterminent-ils leurs routes, existe-t-il de grandes différences dans les prix par rapport aux produits transportés par un porte-conteneur ?

Le but est d'apprendre comment ces entreprises fonctionnent pour avoir un savoir de base pour après pouvoir développer un plan d'entreprise d'une compagnie de voilier cargo en Méditerranée. Pour ce faire il est important de savoir où nous en sommes aujourd'hui avec cette industrie et quelles sont les possibilités. Il faut comprendre le marché mais aussi l'éthique qui se trouve derrière. Afin d'éviter de répéter les erreurs du passé il est crucial de faire une bonne analyse de ce qui existe déjà. L'idée c'est de prendre un concept qui fonctionne, le modifier et l'améliorer et puis l'implémenter dans un endroit où il n'est pas encore en application.

Les informations concernant les trois sociétés, certes utilisant un moyen de transport traditionnel, mais adeptes des moyens de communication modernes, ont été trouvés d'une part sur leurs sites web, et d'autre part en communiquant directement avec les différents responsables via courriels ou WhatsApp.

1.1 Pourquoi des voiliers

En 1988 un label sous le nom « Max Havelaar » a été introduit. Ce label apparaît sur des produits alimentaires, des vêtements ou encore sur des produits cosmétiques. De nos jours, il est mieux connu sous le nom de « Fairtrade » (Fr. : commerce équitable) (Infolabel, 2019).

Fairtrade a été introduit afin d'assurer aux producteurs une rémunération fixe et un meilleur traitement en général. Mais Fairtrade s'engage aussi pour une agriculture plus écologique en limitant les produits agrochimiques, en traitant les déchets correctement et en sauvegardant la fertilité du sol. (Fairtrade International).

Après tout, ces produits sont quand même transportés sur des bateaux qui ne sont pas écologiques et même parfois sous-standards. Sur ces bateaux les marins sont mal payés et maltraités ce qui ne devrait pas être dans la politique du « Fairtrade ». Pourtant, Fairtrade International n'a jamais promis que toutes personnes travaillant pour le commerce équitable en profiteront (Nautilus International, 2012). Même après que le syndicat Union Nautilus a proposé de transporter les produits Fairtrade que sur des bateaux dont le pavillon a signé la ILO Convention, Fairtrade International a refusé (Nautilus International, 2012).

Alors la question se pose : un produit Fairtrade reste-t-il Fairtrade, même si le transport du produit ne se poursuit pas sous les mêmes règles que sa production ? (ZDF, 2014)

L'Union Nautilus propose une solution à ce problème. Ils veulent instaurer une « Fairtransport Mark » pour toutes les entreprises qui s'engagent en faveur de leur équipage et de l'environnement. On espère pouvoir éliminer les bateaux sous-standards et l'exploitation des marins à bord. Cette marque pourrait démontrer la bonne pratique à bord et pourrait ainsi gagner de l'importance pour les P&I clubs, assurances, charters. (Nautilus International, 2012)

Bien que sous ce label les équipages seront mieux traités et que l'enjeu écologique sera diminué, il restera quand même toujours une empreinte écologique. Il y aura toujours des gaz à effet de serre et des déchets sonores sous la surface de l'eau émis par les bateaux moteurs. Même les bateaux conformes aux standards ne sont jamais 100% libres d'émissions. Pourtant de nos jours, on voit une prise de conscience de la population qui prend de plus en plus d'initiatives afin de réduire l'empreinte humaine sur cette planète.

Pour avoir des bateaux 100% libre d'émissions, il reste juste une solution : le retour des grands voiliers. Le vent est la seule énergie qui ne fait pas d'émissions, même à long terme (ZDF, 2014). Depuis une dizaine d'années, des bateaux voiliers recommencent à transporter de la cargaison en provenance des producteurs locaux. Le but : construire une économie autour de leurs produits transportés à la voile tout en mettant l'homme et la nature avant tout. Ces entreprises sont en train d'instaurer une nouvelle culture maritime autour des voiliers cargo.

1.2 Le concept du transport à la voile

Le concept du transport à la voile n'est pas nouveau. Mais dans un monde où la vitesse de livraison, la ponctualité et la consommation de masse sont primordiaux, ce concept a été mis de côté à cause de son inefficacité par rapport au nouveau système. Les grands porte-conteneurs régissent le marché du transport. Avec la renaissance du concept au début du XXIème siècle on peut apercevoir un changement dans la pensée des gens qui désirent de plus en plus des produits propres. Pour beaucoup de gens, le bio ou le fairtrade n'est plus assez. Ils exigent des produits qui sont transportés d'une manière écoresponsable (ZDF, 2014). Même si au début il a fallu du temps pour que ce concept ait du succès (NDR Doku, 2018), les chiffres d'affaires des compagnies se sont améliorés ce qui favorise le développement dans l'industrie maritime.¹

1 Annexe I

Le but de ces compagnies n'est pas d'être en concurrence avec les grandes compagnies maritimes mais d'inciter tout le monde à changer de style de vie. Envoyer des tomates en Chine pour les y faire emballer et les renvoyer en porte- conteneurs n'a ni de sens ni de logique mais c'est pourtant le cas de nos jours (France 3, 2020a). Ces compagnies démontrent en plus qu'il est possible de transporter du cargo sur des bateaux libres d'émissions et que le commerce peut être éthique (Hurford, 2020). Ils vont, pour une grande partie eux-mêmes, chez les petits producteurs locaux pour vérifier s'ils partagent les mêmes valeurs.² Ils soutiennent donc l'économie locale sans endommager l'environnement. Toute la chaîne, du producteur au client, se déroule d'une manière durable.

Les voiliers sont dépendants du vent afin d'arriver à temps à destination. Certaines personnes vont dire que c'est un grand désavantage du transport à la voile. On est habitué à faire notre commande aujourd'hui et d'avoir le produit le lendemain livré devant notre porte. Si on commande par contre un produit transporté à la voile, cela va prendre des mois avant qu'il arrive dans le port.

Pour ces compagnies, la durée de livraison devrait inciter les gens à réfléchir sur leur mode de consommation et éviter ainsi la surconsommation de leurs produits (France 3, 2020b).

Le concept est donc assez facile : transporter de la marchandise par voie maritime en étant « fair » envers l'homme et la nature (ZDF, 2014). Le tout sous le moto « Buy less, buy better, by sail » (New Dawn Traders, 2020). Cette idée à un tel succès que le nombre exact de compagnies de voiliers cargo n'est même pas connu de nos jours (Hurford, 2020).

Qui sont donc ces compagnies et comment gèrent-elles leurs affaires afin de pouvoir survivre dans le monde maritime ?

2 Annexe I

1.3 Blue Schooner Company

La première compagnie qu'on va analyser de plus près sera la « Blue Schooner Company » (BSC) et leur bateau « De Gallant ».

1.3.1 Présentation de la compagnie

La compagnie française a été fondée en 2017 par Guillaume Roche et Jean-François Lebleu qui sont tous les deux passionnés par la mer. Ils partagent l'idée de changer la façon de transporter du fret. Le bateau « De Gallant », une goélette, a été construit en 1916 au Pays-Bas comme voilier de pêche au hareng. Après une carrière mouvementée et plusieurs restaurations, le bateau a enfin été affrété par la BSC en 2017 (Blue Schooner Company, 2020a) dont le premier chargement s'est fait en novembre 2018.³

La goélette a une longueur totale de 36,20 m et un tirant d'eau de 2,70m. Sa surface de voilure est de 415 m², son déplacement est de 160t et elle a une capacité de chargement de 30t ; 19 membres d'équipage peuvent être logés à bord. Le bateau possède un moteur auxiliaire de 270cv. (Blue Schooner Company, 2020a). Son port d'attache est Douarnenez en Bretagne, France et elle navigue sous le pavillon de Vanuatu.



Figure 1: De Gallant

Source: (Blue Schooner Company, 2020b)

1.3.2 La philosophie

Jeff Lebleu nous indiquait que: *"It starts with why we want to sail cargo. Sailing cargo just for the sake of it doesn't make any sense. It is just a part of a general awareness, or more precisely a consequence of it, and an attempt to remedy to a world which is completely dysfunctional, mainly because of the way we trade and consume everything, leading to a huge threat to the Earth, thus to you, me and all the people who live on it.*

Nothing is perfect, and far from me the idea of pretending we are, but we just try not to recreate this kind of behavior, this way of doing "business as usual" which led to such a disastrous situation.

We are also a team of creative thinkers always questioning ourselves on the way we do things, trying to find the best way to have a sustainable chain all along, to respect and treat as best as we can the producers we work with, to select them carefully by ensuring we have the same philosophy, to work out prices completely different from the way they are usually worked out (for instance, coffee prices are indexed on the New York exchange, how crazy does that sound...).

And our philosophy extends to everyone: our crew members, our trainees, our clients, we want, and aim at having a friendly, family, and "open source" attitude with, by sharing everything we do, and the way we do it, because we believe that if our friends/ competitors/ cooperators can be inspired and improve their way of doing things thanks to their neighbour (assuming that sometimes we do things right :-)), then it is positive for the common good and for the sail cargo movement. (...)"⁴

1.3.3 Routes

Pour déterminer la route du bateau il y a deux aspects qu'il faut prendre en compte : le vent et le cargo. Principalement ils envoient leur bateau là où il y a la cargaison, là où ils sont sûrs qu'il y a de la marchandise à charger. C'est donc crucial pour les clients de bien précommander leur marchandise en avance, cela pourra influencer la route du bateau.⁵

4 Annexe I

5 Annexe I

Mais le bateau suit également le vent. En été, ils chargent de la marchandise au Portugal et déchargent en Europe du Nord dont la France, l'Angleterre ou encore les Pays-Bas. En hiver, généralement en novembre, ils commencent la traversée de l'Atlantique vers l'Amérique-Latine. Les chargements se feront donc aux Caraïbes, en Colombie, au Mexique ou aux Açores lors du retour.⁶

Si la compagnie connaît un grand succès auprès de la population européenne, il leur parvient quand même de faire des voyages à vide. Cela arrive surtout lors des trajets de l'Europe du Nord vers le Portugal ou les Caraïbes. Ils exportent un peu de sel ou d'huile d'olive mais c'est encore très limité et pas assez développé. Ils sont actuellement en train d'organiser de la marchandise pour remplir les cales avant de faire la traversée afin d'éviter une perte d'argent.⁷

Pourtant, pour la saison 2020/2021, il y a une telle demande sur la route Amérique-Latine-Europe qu'ils auraient pu charger trois fois leur goélette. Ou ils ont dû laisser des clients aux autres compagnies qui font un trajet similaire ou ils n'ont justement pas pu répondre à la demande de toute leur clientèle.⁸

1.3.4 Marchandises et prix

En Europe, la BSC transporte de l'huile d'olive, du miel, du sel, des amandes et des produits manufacturés à partir d'olives. Lors du retour de l'Amérique latine, ils viennent avec du cacao, des grains de café et du rhum. Tous les produits qu'ils transportent sont non-périssables (Thalassa, 2020).⁹

6 Annexe I

7 Annexe I

8 Annexe I

9 Annexe I

Vu que les producteurs ont été choisis avec beaucoup de soins, les clients sont sûrs d'avoir des produits sans pesticides et sans modifications génétiques (France 3, 2020b). C'est un produit qui est à 100% propre. Dans chaque port, des consommateurs enthousiastes viennent aider à décharger le bateau et forment une chaîne humaine afin de faciliter le processus de déchargement.¹⁰

Les prix sont déterminés selon une formule tenant compte de la valeur du produit, le prix de journée du bateau, la longueur du voyage, la distance à parcourir et le pourcentage d'occupation des cales du client. Selon Lebleu (2020) cela peut « *se traduire en un certain nombre d'euro par tonne m³ par mille nautique* ». Pour avoir les meilleurs prix, ils font beaucoup de précommandes et achètent parfois plus de marchandises que commandées par les clients.¹¹

L'augmentation du prix est donc de quelques dizaines de centimes. Le prix d'un litre d'huile d'olive portugais est de 8€. (France 3, 2020b). Comme comparaison: un litre d'huile d'olive dans un magasin Delhaize coûte entre 9€ et 25€ (Delhaize, 2020). Les produits de la BSC ont donc des prix compétitifs par rapport aux grands magasins avec une qualité bien supérieure et la traçabilité bien plus limpide. Ceci permet de rendre les produits accessibles au grand public et non seulement à une certaine élite qui peut se permettre de dépenser beaucoup d'argent afin d'avoir des produits propres.¹²

1.3.5 Armateur, Affréteur, Producteurs, Clients

L'armateur de la goélette est la BSC. La BSC a un contrat d'affrètement, jusqu'en 2020, coque nue avec Jean-François Lebleu, propriétaire du bateau et cofondateur de la compagnie. Donc la BSC est armateur et affréteur du « De Gallant », ainsi que le transporteur et courtier partiel des marchandises.¹³

10 Annexe I

11 Annexe I

12 Annexe I

13 Annexe I

À l'origine des produits transportés à la voile sont les petits producteurs locaux qui ont été choisis soigneusement par la compagnie. Il y a des critères assez sévères au niveau des méthodes organiques et de l'éthique de la production. Parfois la BSC coopère avec des Organisations Non-Gouvernementales (ONG), comme en Colombie, où une ONG aide 18 familles qui produisent du café.¹⁴

Les clients sont très variés. Cela peuvent être des distributeurs, des importateurs, des courtiers en marchandises ou même d'autres compagnies qui sont actives dans le transport à la voile. Si leur bateau n'a pas assez de place ou si leur bateau n'est pas au bon endroit, ils demandent à une autre compagnie de transporter leur cargaison.¹⁵

1.3.6 Courtier

En ce qui concerne la marchandise une partie est prospectée par la compagnie même, par leur filiale « Les Comptoirs de Misaine ». L'autre partie est prospectée par d'autres organisations comme New Dawn Traders. Mais la compagnie a aussi ses propres courtiers en ce qui concerne les assurances, qui dans ce cas-ci sont des hollandais.¹⁶

1.3.7 Assurances

L'assureur est Willis de Londres. Dans l'assurance du P&I club de la compagnie, il y a une clause obligatoire pour les activités de transport de marchandises. Mais il reste quand même la responsabilité du propriétaire de la cargaison de l'assurer ou pas, et au capitaine d'assurer que la marchandise arrive en parfait état au port de destination.¹⁷

14 Annexe I

15 Annexe I

16 Annexe I

17 Annexe I

Il est important de savoir qu'il y a des P&I clubs qui refusent d'assurer un bateau sans moteur. Il est donc important d'avoir un moteur auxiliaire afin d'éviter des complications avec les assurances. Pour ne pas avoir des problèmes avec l'état pavillon ou les sociétés de classification, il est décisif de les inclure dès le début dans le projet.¹⁸

1.3.8 Incoterms

Les Incoterms ne sont pas explicitement mentionnés sur les contrats de vente. Ce qui ressemble le plus au travail exécuté par la compagnie est « ex-works ». Donc le vendeur met à disposition la marchandise dans son entrepôt et l'acheteur est responsable de la transporter de l'entrepôt vers sa destination finale (International Chamber of Commerce, 2021).¹⁹

1.3.9 Actionnaires

La compagnie fait régulièrement une collecte de fond afin de pouvoir effectuer des réparations sur le bateau ou même pour être capable de construire un deuxième bateau. À partir de 100€ on peut devenir actionnaire dans la compagnie. En ce moment la compagnie est en restructuration et évolue vers une société coopérative pour des raisons de leur « culture coopérative ». Donc les investisseurs peuvent soit entrer en prenant des parts sociales et peuvent donc aussi prendre des décisions (une personne=une voix) soit ils prennent des titres participatifs qui ne représentent pas une entrée au capital mais plutôt une source de revenus.²⁰

1.3.10 L'équipage

Comme on peut embarquer 19 personnes sur la goélette, l'équipage est constitué de 4 marins professionnels, 3 marins professionnels stagiaires et 5 bénévoles. Les bénévoles doivent payer afin de pouvoir aider et voyager à bord. Mais en général le bateau navigue qu'avec 5 à 12 personnes.²¹

18 Annexe I

19 Annexe I

20 Annexe I

21 Annexe I

1.3.11 Futur

Dans le futur la BSC compte agrandir leur flotte avec une deuxième goélette d'une capacité équivalente à « De Gallant » et une troisième goélette d'une capacité de 400t. Comme la demande en Méditerranée est assez élevée, ils vont également essayer de conquérir ce marché mais leur focus est actuellement sur l'acquisition du deuxième bateau.²²

1.3.12 Conclusion

Comme conclusion, on constate que la Blue Schooner Company satisfait une demande qui est en train d'exploser. Les gens se rendent compte que leurs anciens modes de vie n'étaient pas idéaux pour eux ni pour la planète. La compagnie est à la fois traditionnelle et moderne. La façon de conclure leur commerce est basé sur les vieux principes. Par contre la compagnie est bien présente sur les réseaux sociaux ainsi qu'à la télévision. Régulièrement on retrouve des petits reportages ou même des documentaires racontant les aventures du « De Gallant » et de son équipage.

1.4 Grain de Sail

La deuxième compagnie qui est intéressante à analyser est la compagnie française Grain de Sail.

1.4.1 Présentation de la compagnie

La compagnie a été fondée en 2010 en Bretagne, France, par deux frères. La naissance de la compagnie ne commençait pas avec l'acquisition d'un bateau mais avec « *l'idée de sélectionner, produire et vendre* » (Grain de Sail, 2021) des produits de bonne qualité et d'une haute valeur ajoutée. Ainsi la compagnie comptait pouvoir financer la construction d'un voilier, qui pourra transporter de la cargaison d'une manière écoresponsable d'un côté de l'Atlantique à l'autre. En 2013 la compagnie ouvre son propre atelier de torréfaction de café puis en 2016 leur première chocolaterie et la branche « Grain de Sail Wines ». Leurs produits connaissent un gros succès auprès de la population française et l'idée d'un propre voilier devient de plus en plus réaliste (Grain de Sail, 2021).



Figure 2: Le Grain de Sail

Source : (Wolf, 2020)

En 2020, Grain de Sail devient armateur du premier voilier cargo moderne. Celui-ci porte le même nom que l'entreprise. Le bateau du type d'une goélette est entièrement construit en aluminium avec une longueur hors tout de 24,24m et 520m² de voiles.

Ses cales peuvent contenir 50t de cargaisons ou 14.000 à 18.000 bouteilles de vin. Lors de la construction du bateau, on prêtait spécialement attention au contrôle de la température et de l'hygrométrie des cales en isolant la coque. Le Grain de Sail devient alors la « Première cave flottante à voile » au monde. À bord 2 hydro générateurs, 2 éoliennes et 3 parcs de panneaux solaires assurent la production d'électricité. La goélette est conçue pour accueillir 4 membres d'équipage (Grain de Sail, 2021).

Le voilier correspond aux exigences MARPOL, STCW et SOLAS. Il est enregistré sous pavillon français, avec Marseille comme port d'attache, et contrôlé par Bureau Veritas (Grain de Sail, 2021). Comme GdS est armateur et affrèteur du bateau, il y a beaucoup moins de complications au niveau de la communication.²³ Sans personne intermédiaire, la procédure d'assurer la cargaison est facilitée.²⁴ Et en cas d'incident à bord, l'équipage à bord ou à terre n'a pas besoin de contacter les affrêteurs du bateau ou de cargaisons vues que tout est géré par l'entreprise elle-même.

1.4.2 La philosophie

Grain de Sail est une compagnie moderne aux idées anciennes. Eux-mêmes disent que c'est de la « rétro-innovation ». L'utilisation d'un voilier pour transporter de la marchandise est « rétro » et n'a rien de nouveau, bien au contraire. Mais en combinaison avec les technologies modernes on reçoit une solution durable et écoresponsable. L'exploitation du vent avec un voilier moderne n'est pas la seule « rétro- innovation » de l'entreprise. Ils prêtent beaucoup d'attention à la production de leur matières premières et à ce que les agriculteurs et producteurs utilisent le « savoir- faire ancestral »(Grain de Sail, 2021). Ainsi toute la chaîne de production, du transport à l'emballage, est efficace et durable, le tout au bénéfice de la nature. L'entreprise assure aussi une bonne rémunération aux producteurs et a des partenariats avec des associations pour intégrer des handicapés dans le travail. « Tous les jours, Grain de Sail tente de maintenir l'équilibre environnemental, social et financier pour continuer à démontrer qu'une entreprise peut être plus vertueuse. » (Grain de Sail, 2021)

23 Annexe II

24 Annexe II

1.4.3 Routes

Le Grain de Sail fera deux voyages de 3 mois par an. Lors de son premier voyage en novembre 2020, le GdS a fait St. Malo- New York- République Dominicaine- St. Nazaire- St. Malo. Sur ce voyage, le choix de la route dépend de la stratégie qu'on veut poursuivre. Le bateau part de St. Malo avec les cales rempli de bouteilles de vin pour New York. Pour arriver à bon port, le capitaine doit choisir entre trois différentes routes possibles. (Grain de Sail Youtube, 2021)

La première option est de prendre la « route du Titanic » donc la route la plus vers le Nord. Le but est de passer au-dessus du Gulf Stream et de rester assez loin des ouragans pendant la période cyclonique mais vu qu'on navigue très près du vent le voyage sera assez agité pour l'équipage et le bateau.(Grain de Sail Youtube, 2021)

La deuxième option est de passer en dessous du Gulf Stream en passant par l'anticyclone des Açores mais tout en restant au-dessus du 40° Nord, donc une option intermédiaire entre la route du Nord et la route des alizés (Grain de Sail Youtube, 2021). Ce choix permettait de tester le bateau dans des conditions rigoureux.²⁵ Tout au long du voyage il faut donc faire attention aux dépressions. Lors du premier voyage, l'équipage a dû supporter 7 dépressions et 3 anticyclones sur quatre semaines.²⁶

Cette route est la plus rapide pour faire un transatlantique vers New York. Le but de l'entreprise est de faire du transport à la voile mais aussi d'être fiable et de le faire le plus vite possible.²⁷ Un autre avantage de cette route est que si jamais le bateau était endommagé l'équipage aurait pu se rabattre sur l'option trois (Grain de Sail Youtube, 2021).

25 Annexe II

26 Annexe II

27 Annexe II

L'option trois est la route classique des Alizés emprunté par les autres voiliers cargo. Cette option est parfaite pour partir avec les alizés vers les Caraïbes. Pour partir à New York, cette option n'est pas idéale et le trajet se rallongerait sur 3000km de plus.(Grain de Sail Youtube, 2021)

La route de New York vers l'Amérique latine est plutôt opportuniste que stratégique. Dans la région entre le Golfe du Mexique et les Bermudes, les dépressions se forment. Il faut donc choisir la bonne date de départ afin d'éviter à un maximum ces dépressions (Grain de Sail Youtube, 2021).

Pour revenir en Europe le but est de monter au Nord et de profiter des traînes de dépressions et de tempêtes afin d'arriver le plus vite possible en Europe. Au retour, le Grain de Sail a dû faire un détour vers St. Nazaire (Grain de Sail Q&A, 2021). Ce détour est obligatoire pour pouvoir importer des produits biologiques en France. Pendant tout le voyage, l'équipage à bord est soutenu par un équipe de météorologiste à terre (Grain de Sail Youtube, 2021).

1.4.4 Marchandises et prix

Grain de Sail est en premier lieu connu pour sa chocolaterie avec laquelle ils ont eu leur premier grand succès. Ils produisent du chocolat de haute qualité avec des goûts spéciaux comme p.ex. du chocolat au lait, caramel, cacahuètes et fleur de sel ou du chocolat noir avec du sésame torréfié.²⁸

Les prix pour un tel chocolat s'élèvent en moyenne sur 27€/kg soit 2,50€ par tablette de 100g (Grain de Sail, 2021). À titre de comparaison, une tablette de chocolat noir avec du sel Himalaya de Lindt coute environ 2,20€ les 100g (Lindt, 2021). Jusqu'à présent l'exportation des fèves de cacao sur leur voilier n'est pas encore assez pour que 100% du chocolat soient fabriqués d'une manière dé-carbonée. Une partie de l'approvisionnement est assurée par les bateaux conventionnels. La transition demande du temps et de l'argent afin de pouvoir agrandir la flotte et la capacité de transport (Grain de Sail Q&A, 2021).

Le kilo de café est vendu pour 19€ en moyenne, ce qui est juste quelques Euros de plus comparés au prix dans un supermarché Delhaize.(Grain de Sail, 2021) Ici les kilos de café sont vendu pour un prix moyen de 15€.(Delhaize, 2021)

Grain de Sail exporte du vin français vers New York. Ce sont des vins de toutes les régions donc des vins assez classiques qui peuvent être acheter bon marché en France et qui auront plus de valeurs aux États-Unis.²⁹ La bouteille la plus chère est vendue pour 80\$.³⁰ Sachant qu'aux États-Unis une bouteille de vin normal coûte en moyenne 15\$.(Vivino, 2021). Il faut quand même dire que la comparaison de bouteille de vins est assez compliquée vu que cela dépend de la région de production, son année, sa couleur et bien sûr son mode de transport. En donnant une valeur ajoutée au produit, le prix peut augmenter très vite et dépend aussi du client s'il est prêt à payer un peu plus. Dans notre cas, Grain de Sail vend des bouteilles avec des étiquettes personnalisées de la compagnie. Donc ils ne vendent pas juste le vin mais aussi l'histoire derrière ce qui est un grand avantage pour les distributeurs à New York qui peuvent en revanche revendre leur vin dans des restaurants et aux consommateurs.

1.4.5 Fournisseurs et clients

L'entreprise Grain de Sail a embauché un sommelier qui était à la recherche de fournisseurs de vin en France et de clients aux États-Unis. Pendant deux ans il voyageait dans toute la France afin de trouver des fournisseurs qui étaient motivés pour participer au projet et qui partagent évidemment les mêmes valeurs. Aux États-Unis, ce sommelier était à la recherche de clients qui se connaissent avec les vins français et qui sont prêts à payer un peu plus pour avoir une bonne bouteille avec une histoire. Les études de marché menées aux États-Unis ont démontré qu'il y a beaucoup de clients potentiels à New York. Ce sont principalement des cavistes, des restaurants ou des magasins fins qui sont prêts à acheter des bouteilles transportées à la voile.³¹

29 Annexe II

30 Annexe II

31 Annexe II

En République Dominicaine, Grain de Sail travaille avec des agriculteurs dont la propriété ne dépasse pas les 2 hectares. Les producteurs de grains de café et chocolat ont aussi été choisis minutieusement afin de savoir s'ils partagent les mêmes valeurs (Grain de Sail, 2021).

Les fèves de cacao et les grains de café sont importés et manufacturés en France. Les produits finis sont vendus dans une centaine de magasins de grande et de petite surface. Les points de vente, donc aussi les clients, se trouvent dans toute la France mais principalement en Bretagne (Grain de Sail, 2021).

1.4.6 Futur

L'objectif de Grain de Sail est de transporter 100% de leurs matières premières à la voile. Pour ce faire, ils ont ordonné le design d'un deuxième bateau bien plus grand. Le Grain de Sail II mesurera 50m et aura une capacité de 250T. Sachant que l'entreprise a su commercialiser 330T de chocolat en 2021, ce nouveau bateau sera un atout majeur afin d'éviter le transport conventionnel des matières premières. Ils envisagent de transporter 80% du cacao à la voile d'ici fin 2021 (Grain de Sail Q&A, 2021).

1.4.7 Conclusion

Grain de Sail est un armateur moderne mais reste avant tout une chocolaterie qui, depuis novembre 2020, essaie de s'approvisionner elle-même de matières premières transportées à la voile. L'entreprise s'occupe du transport et de la transformation en produit fini et évite donc des complications avec des affréteurs ou des courtiers de marchandise. Même si l'entreprise est encore en plein développement, ils ont quand même déjà montré au monde que le transport à la voile est possible et faisable. Les prix de la marchandise n'augmentent, dans la plupart des cas, que de quelques centimes sauf si une certaine valeur ajoutée est ajoutée au produit. Les produits restent alors abordables pour le grand public.

1.5 Bilan de l'analyse

La Blue Schooner Company et Grain de Sail sont deux compagnies françaises qui ont récemment fait leur apparition sur le marché des voiliers cargo. Il n'y a pas de grandes différences en ce qui concerne la philosophie des compagnies, toutes les deux essaient d'améliorer le monde et de révolutionner le trafic maritime en revenant vers un mode d'exploitation et de navigation plus traditionnel et humain. Avec chaque traversée ils ont démontré que le transport de marchandise à la voile est faisable et pourrait être une solution afin de diminuer les gaz à effet de serre émis par les bateaux conventionnels.

Les prix des marchandises ne changent pas énormément et restent abordables pour le grand public. Ainsi les compagnies connaissent beaucoup de succès auprès de la population européenne ce qui est favorable pour leur développement et leur ambitions pour le futur. Le fait d'avoir des chiffres noirs comme chiffres d'affaires permet aux entreprises de financer leurs futurs projets afin de devenir plus performant et pouvoir construire une flotte de voiliers cargo.

Les deux compagnies se diffèrent au niveau du bateau. « De Gallant » est un vieux gréement sur lequel on apprend encore la navigation à l'ancienne. Il y a juste les appareils modernes obligatoires pour faire de la navigation. De base « De Gallant » était un bateau de pêche avant de devenir un voilier cargo. Le « Grain de Sail » par contre est un bateau moderne spécialement construit pour transporter de la marchandise à voile. Dès le début, les architectes savaient que le bateau transportait du vin et ils ont adapté la technologie dans les cales afin de garder la bonne température et la bonne humidité.

« De Gallant » fait partie d'une flotte de voilier cargo qui traverse chaque année l'Atlantique pour rejoindre les Caraïbes. La BSC, Fairtransport et Timbercoast, tous de compagnies de voilier cargo faisant partie de cette flotte, travaillent ensemble. Même si les bateaux n'ont pas 100% la même route, il y a quand même une certaine coopération entre eux. La marchandise sera soit transportée pour leur propre compagnie, soit pour une autre compagnie ou pour des courtiers de marchandises.³²

32 Annexe I

Le « Grain de Sail » de son côté transporte sa cargaison pour approvisionner les torréfactions de sa propre entreprise. Donc Grain de Sail ne fait ni partie de la flotte de voiliers cargo qui partent pour les Caraïbes ni d'une coopération avec d'autres bateaux.

Les deux compagnies se diffèrent aussi en ce qui concerne l'équipage. « De Gallant » accueille des stagiaires qui doivent payer pour pouvoir voyager sur le bateau. Ils sont éduqués dans la navigation et savoir-faire maritime. Sur le « Grain de Sail » seul 4 membres d'équipage professionnels assurent la bonne navigation.

Intéressant de voir sont aussi les débuts des entreprises avec Grain de Sail qui vendait d'abord du chocolat afin de pouvoir financer la construction du bateau et la BSC qui a choisi le chemin classique avec l'apport de fond personnelle pour l'achat du bateau.

On ne peut pas considérer les choix pris par les entreprises comme faux ou corrects. Chaque choix a ses avantages et désavantages. En conséquence, il est important pour nous de savoir quelles sont les possibilités et opportunités sur ce marché et quelles solutions fonctionnent le mieux.

1.6 La disponibilité du transport de cargaison à la voile demain

Le but de ce mouvement des voiliers cargo est de diminuer les émissions de gaz à effet de serre tout en gardant l'humain et le social au centre. Donc presque toutes les entreprises qui sont actuellement sur le marché ont des projets pour le futur. Comme les vieux gréements ont montré que le transport à la voile est faisable, les compagnies sont ouvertes à investir dans des navires modernes avec une capacité de transport bien plus grande de ce qu'on voit aujourd'hui.

À titre d'exemple : Fairtransport planifie un « Ecoliner », un voilier cargo qui utilisera la même technologie pour monter les voiles que le yacht « Maltese Falcon » (ZDF, 2014). La compagnie Timbercoast a des projets similaires. La naissance du nouveau vieux gréement « Brigantes » en Italie est soutenu par ces deux compagnies (Brigantes, 2021). L'entreprise française TOWT, qui jusqu'à présent a affrété des bateaux, a ordonné la construction de quatre grands voiliers cargo modernes qui partent dès 2022 de Le Havre vers l'Amérique et l'Afrique (TOWT, 2021).

Les compagnies nommées ci-dessus sont des spécialistes dans le transport de marchandises comestible fairtrade. Leurs valeurs principales sont de transporter du cargo à 0-CO2, « fair » pour l'homme et la nature. Pourtant il y a aussi d'autres incitatives. Neoline, une compagnie nantaise, va construire dans le futur proche un bateau voilier du type Ro-Ro capable de transporter 500 voitures, 280 TEU et 5000t conventionnels (Neoline, 2021). Neoline transportera de la marchandise pour Renault Group (automobile), Groupe Bénéteau (nautisme), Manitou Group (équipement lourd pour le off-road), Jas Hennessy & Co. (Cognac) et Michelin (construction de pneus)(Neoline, 2021). De grandes entreprises commencent à s'intéresser au transport à la voile qui pourrait réduire, dans le cas de Neoline, 90% des émissions.

Zéphyr & Borée, VPLP et Jifmar Offshore Services ont réuni leur force afin de construire un bateau à propulsion vélique. « Canopée » sera utilisé pour transporter des composants du lanceur des fusées d'Ariane 6 en Guyane (Zéphyr & Borée, 2021). Le bateau partira donc de l'Europe vers Guyane.

Les compagnies qui se lancent dans le transport à la voile savent qu'elles ne peuvent jamais battre les prix de la marchandise transportée par les porte-conteneurs. C'est pour cette raison qu'ils se sont spécifiés sur des marchandises qui ne peuvent pas être transportées dans des conteneurs et qui ont une valeur élevées (Lupieri, 2021).

Le futur du « cargo sail mouvement » est très prometteur. De grands acteurs commencent à investir dans cette branche du secteur maritime et la population commence à prendre connaissance du concept de transporter à la voile. De nombreux projets sont en train d'être développés afin de devenir encore plus efficaces en termes de capacité des navires et temps de navigation. Et comme Jeff Lebleu disait: « It is just the very very beginning ».

À mon avis, investir dans cette branche est investir dans le futur. Revenir un pas en arrière pour repartir sur une meilleure base est ce qui est nécessaire pour s'en sortir d'une situation critique comme nous la vivons aujourd'hui. On ne peut pas continuer à brûler du fuel lourd et à construire des bateaux de plus en plus grands. On arrive aux limites naturelles, physiques et humaines. Si un bateau se met à travers (cf. Ever Given dans le Suez Canal), toute l'économie en porte les conséquences. Ce qui ne peut plus être le cas. On se croit dans un monde développé et innovateur mais en réalité on est trop dépendant du système qu'on a créé. Et dès qu'il y a une pièce du système qui ne fonctionne pas comme prévu, tout le système tombe en panne.

Il faut donc continuer d'investir dans une flotte de navires d'une moyenne longueur qui naviguent avec la force du vent et qui transportent des produits locaux. Si on crée un système dont les différentes pièces sont indépendantes les unes des autres, on pourra éviter des problèmes qu'on a vu apparaître avec le blocage du canal de Suez. La nature et l'homme seraient les gagnants de ce nouveau système écologique et on aura créé un meilleur environnement pour nos enfants et nos grand-enfants.

2 PLAN D'ENTREPRISE

« Le business plan est un outil de présentation, qui sert à définir sa stratégie pour concrétiser son projet et atteindre ses objectifs. » (Fougeray, 2020)

Pour le développement du business plan, on va suivre les étapes définies par Fougeray (2020) afin d'avoir une structure ordonnée et logique :

Étape 1 : Rédiger son executive summary (présentation du projet)

Étape 2 : Exposer les valeurs de son projet

Étape 3 : Faire une étude de marché (offre vs demande)

Étape 4 : Définir sa stratégie commerciale (produit, routes etc.)

Étape 5 : Déterminer sa stratégie de communication

Étape 6 : Établir son business model (finances)

Étape 7 : Choisir la forme juridique de son entreprise

Deux étapes proposées par Fougeray ont été supprimées pour la rédaction de cette thèse, car elles n'étaient, soit pas importantes (Étape : présentation de l'équipe fondatrice), soit pas faisables à ce stade du développement du projet (Étape : trouver des financements).

Ce plan d'entreprise a comme but de répondre à la question si et comment ce serait possible pour une entreprise de transporter des marchandises à la voile en Méditerranée.

3 ÉTAPE 1 : PRESENTATION DU PROJET

L'idée du projet consiste à créer une compagnie maritime qui transporte de la cargaison à la voile en Méditerranée. La majorité des compagnies déjà existantes se concentrent jusqu'à présent sur le transport entre l'Europe du Nord et l'Amérique latine mais le marché méditerranéen n'est pas encore bien exploité par cette possibilité de transport. Il y a donc du potentiel qu'on va essayer de découvrir et de développer afin d'optimiser le fonctionnement de la compagnie.

Les principes commerciaux de la compagnie s'inscrivent dans la logique du « cargo sail mouvement ». La production et le transport seront donc faits d'une manière durable pour l'homme et la nature.

Pour commencer, il est important d'analyser d'abord les vents et la météo méditerranéenne avant de décider quelles routes seront les meilleures à prendre et quel type de bateau sera le plus performant sous ces conditions météorologiques.

3.1 Les conditions météorologiques

3.1.1 Les Vents

Les vents en Méditerranée sont variables et irréguliers parce qu'ils proviennent, pour la plupart du temps, de perturbations. En général, les vents sont quand même faibles ou modérés. Les vents de terre et les vents de mer ont de l'influence sur la météo des côtes méditerranéennes. Dans la région entre les Baléares et Sardaigne, on peut retrouver de temps en temps des vents de force 8. En Méditerranée, il n'y a pas un seul vent qui domine sur tout le bassin, mais il y a plutôt plusieurs vents régionaux. (Clarke, 2005)

Le premier vent le plus connu est le Mistral. Il souffle depuis la Haute-Provence vers le Sud et tourne vers le Sud-Ouest à la côte pour aller jusqu'en Corse. Avec une vitesse moyenne de 50km/h et des rafales de plus de 100km/h, le Mistral peut souffler plusieurs jours de suite. Il est le plus fort en hiver et en printemps. (Météo France, 2022)

Pour la plupart du temps, le Mistral résulte de l'interaction entre un anticyclone sur le Golfe de Gascogne et une dépression dans le Golfe de Gênes. Le gradient de pression entre l'anticyclone et la dépression définit la force du Mistral. En été, le Mistral est lié au fort réchauffement de l'arrière-pays et crée un flux d'air. Pourtant le Mistral d'été peut être compensé par les brises de mer. (Météo France, 2022)

Le deuxième vent à prendre en considération est la Tramontane. Elle a des caractéristiques et des origines similaires que le Mistral. C'est un vent fort et turbulent qui apporte de l'air froid et sec et provoque l'effet « Foehn ». La Tramontane est un vent provenant du Nord à Nord-Ouest qui peut apparaître en toute saison avec des pointes en hiver et au printemps. Ses rafales maximales ont déjà atteint plus de 140 km/h. Dans les alentours de Perpignan, ce vent souffle environ 115 jours par an. (Météo France, 2022)

En troisième lieu, il faut mentionner le Marin, un vent venant du Sud-Est, qui souffle de la Méditerranée vers le continent. Modéré et régulier en général, il peut exceptionnellement aussi être turbulent et violent. Comme il a son origine au-dessus de la mer, il est chargé d'humidité et cause d'importantes précipitations, brumes et brouillards. Ses rafales peuvent atteindre 130km/h comme à Montpellier en 1997 et la houle peut atteindre 10m. (Météo France, 2022)

Il existe encore d'autres vents, comme le Levant soufflant de l'Est, qui est normalement doux, humide et représente un temps perturbé. L'opposé du Levant est le Ponant. Il souffle de l'Ouest et est considéré comme la suite du Mistral. (Météo France, 2022)

Le Libeccio, vent de l'Ouest ou du Sud-Ouest, s'abat principalement sur la Corse et la Côte d'Azur. Sec en été et humide en hiver, il amène avec ses vents violents de la pluie et des orages. Sa vitesse record était à Bastia avec 173km/h. (Météo France, 2022)

Finalement, le Sirocco est un vent de provenance saharienne, donc chaud et sec, chargé de sable. En général, il ne dure que quelques heures. (Météo France, 2022)

Tous ces vents ont leurs origines dans une perturbation météorologique, mais s'il n'y a pas de perturbations majeures en été, on y retrouve quand même les vents de terres et les vents de mers. La différence des températures entre la mer et la terre est à l'origine de ces vents et définit leur vitesse. Ces vents sont très régionaux et peuvent varier très vite. (Alertes-Meteo, 2019)

3.1.2 Cartes de Pilotage (Pilot Charts)

Les cartes de pilotage nous donnent une moyenne de tous les vents ainsi que de leurs directions, leurs forces et les courants. On analysera un mois par saison pour mieux voir les différences des vents selon la période de l'année. La Méditerranée peut être divisée en différentes mers³³ : Golfe du Lion, Mer ligurienne, Mer tyrrhénienne, Mer de Baléares, Mer d'Alboran, Mer de Sicile, Mer Égée, Bassin Levantin etc. Ceci facilitera la localisation des différents vents sur la carte de pilotage. La Mer Noire et la Mer Adriatique n'ont pas d'importance pour l'instant et ne seront donc pas analysées dans la suite.

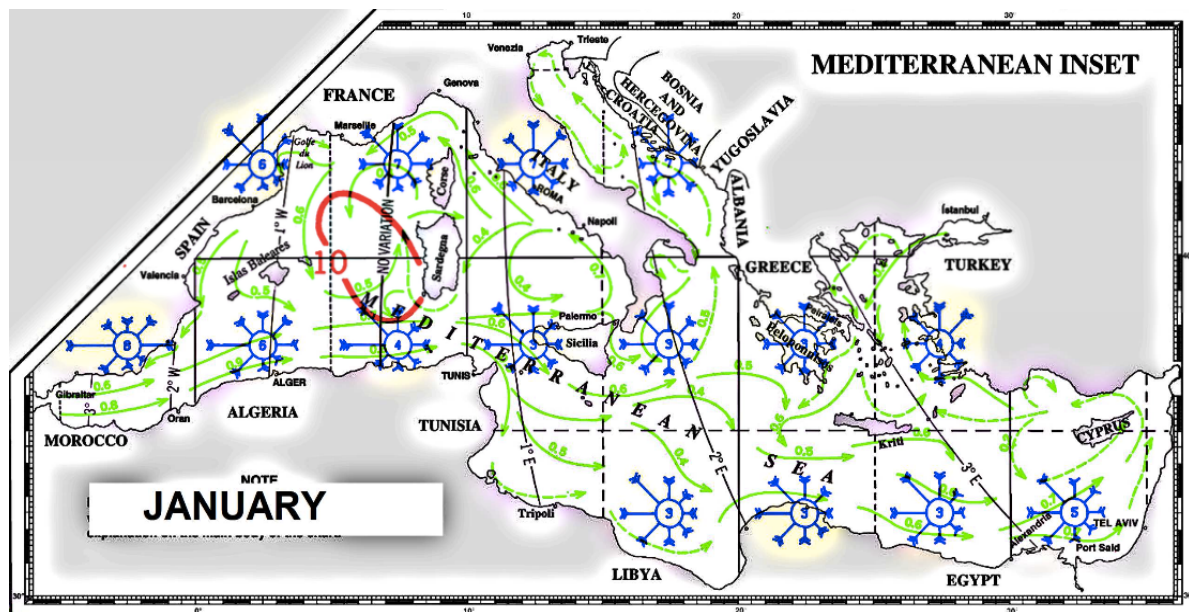


Figure 3: Pilot Chart Janvier

Source Plaisance Pratique, 2017

33 Annexe III (Carte de la Méditerranée)

Pendant le mois de janvier, par exemple, on constate que le vent vient principalement du Nord-Ouest voire Ouest, si on descend plus vers les côtes africaines. La probabilité de ne pas avoir du vent est très faible (6%-7%). Il y a 25% de chance que le vent souffle du Nord-Ouest avec une force de 5bft dans le Golfe du Lion et la Mer ligurienne. Entre le détroit de Gibraltar et la Tunisie, il y a 30% de chance que le vent vient de l'Ouest avec 4-5bft. Le courant est faible, mais pas à sous-estimer, avec 0,6kn à Gibraltar et 0,5kn dans le Golfe de Gênes.

Une descente en voilier de la côte française vers la Corse ou les îles Baléares serait, sous ces conditions, possible. Vice versa, une montée vers la France le serait aussi.

Puis en entrant par la Mer de Sicile dans la Mer de Libye et le bassin levantin, on constate qu'il y a toujours une dominance d'un vent Nord-Ouest avec 4bft. Les périodes de calmes seront relativement rares et les courants gardent la même force. Les vents sont donc relativement favorables pour un voyage de la France vers les pays du Proche Orient pendant les mois d'hiver. Le retour devient plus compliqué à cause du haut risque d'un vent de face, surtout dans la Mer de Sicile.

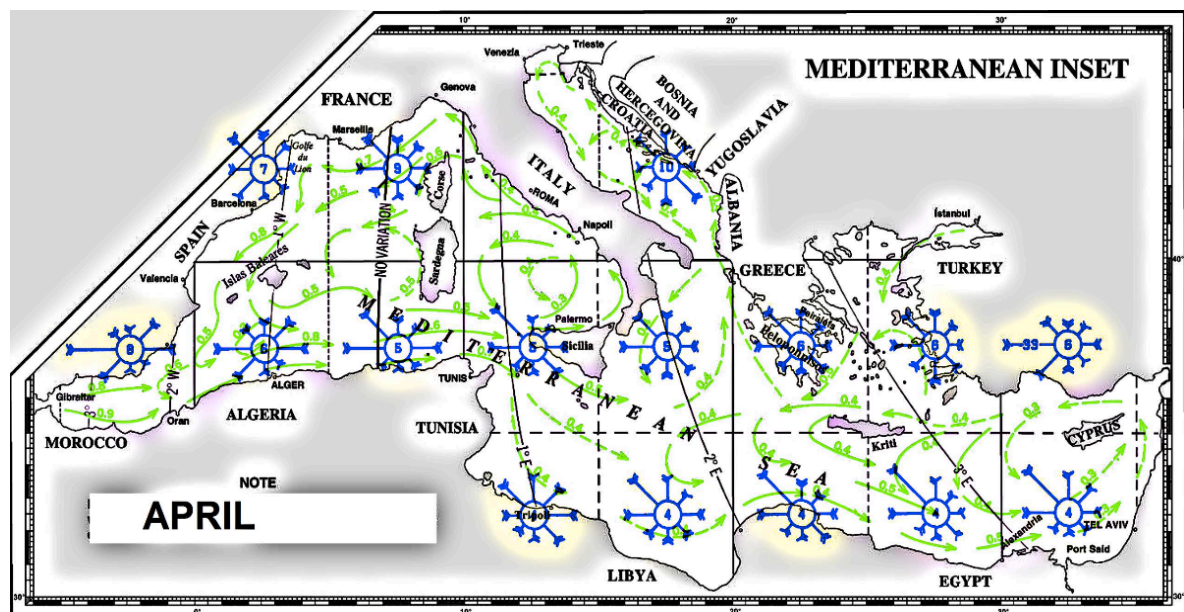


Figure 4: Pilot Chart Avril

Source : Plaisance Pratique, 2017

Pendant le mois d'avril pourtant, on observe que le vent peut venir de toutes les directions avec des vitesses de 3 à 5bft dans le Golfe du Lion. Il y reste quand même une dominance d'un vent Nord-Ouest, cependant moins perceptible que pendant les mois d'hiver. Par contre la probabilité d'une mer calme augmente légèrement dans toute la partie Ouest. À nouveau un trajet du Nord vers le Sud serait faisable avec un vent de 5bft Nord ou Nord-Ouest. Les probabilités que le vent souffle du Sud vers le Nord sont relativement faibles. Pour monter vers la France, il faut donc utiliser les vents Nord-Ouest et ainsi trouver un cap ou une route Nord-Est favorable, comme p.ex. la route entre les îles Baléares et Marseille. Les courants gagnent de force et s'élèvent au mois d'avril à 0,7 kn au Golfe du Lion et 0,9 kn au détroit de Gibraltar.

Entre la Mer de Sicile et les pays du Proche Orient, le vent garde ses tendances Nord-Ouest et les périodes de calme resteront relativement rare. On observe les mêmes probabilités dans la Mer d'Égée que dans le Golfe du Lion. En général, on constate que dans toute la Méditerranée, les vents Nord-Ouest dominant, sauf entre Gibraltar et la mer de Sicile où les probabilités sont les plus élevées pour un vent d'Ouest ou d'Est.

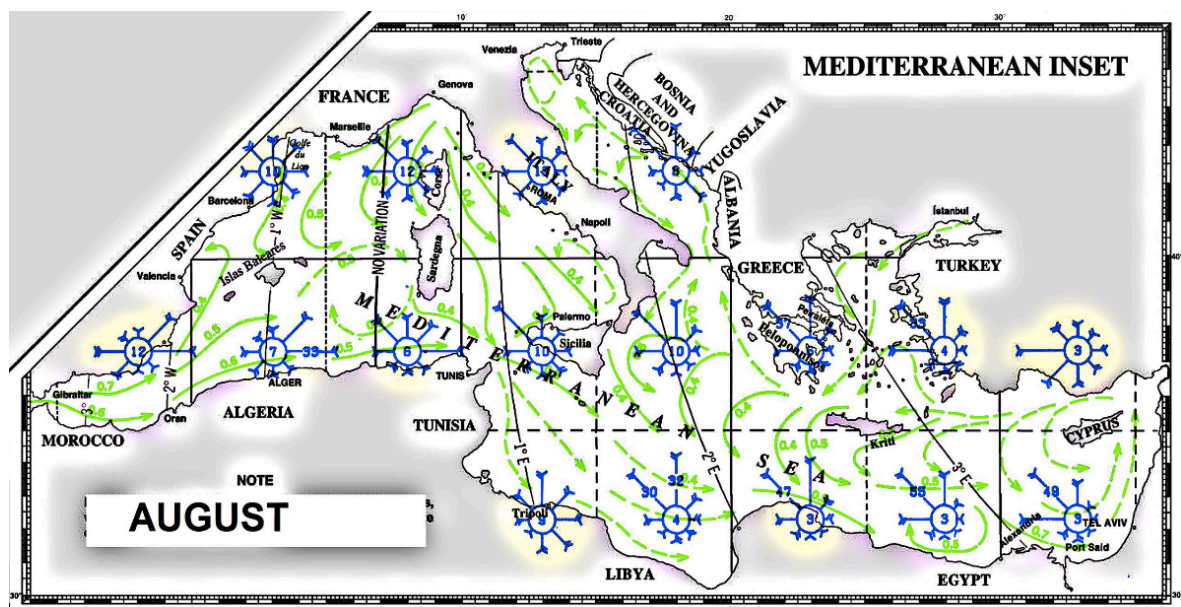


Figure 5: Pilot Chart Août

Source : Plaisance Pratique, 2017

Pendant le mois d'août cependant, il n'y a pas de changements majeurs par rapport aux mois précédents, à part les périodes de calme qui peuvent devenir plus fréquentes et la vitesse du vent qui diminue dans le Golfe du Lion et la Mer Ligurienne. Le vent souffle entre 3 et 4 bft ce qui est encore assez pour faire de la voile. (True Sailor, 2018) On peut aussi observer un changement de direction du vent au large des côtes africaines jusqu'à Gibraltar. Le vent vient le plus souvent de l'Est avec 3bft pendant les mois d'été. Sous ces conditions, il serait plus facile d'arriver à Gibraltar par rapport au mois d'hiver et de printemps. En revanche, une montée vers le Nord serait plus compliquée, car il faudrait louvoyer plus souvent avec le voilier.

Le plus grand changement peut être observé dans la Mer de Libye et le bassin levantin où les probabilités d'un vent du Nord montent jusqu'à 32%. Pour un vent du Nord-Ouest, elles varient entre 33% et 55%. Avec ces probabilités, une remontée du Sud vers le Nord peut devenir compliquée. Ces vents auront une force de 3 bft. Les probabilités de calme dans cet endroit sont 3 fois plus petites que dans le Golfe du Lion ou la Mer Ligurienne. Dans la Mer d'Égée il y a en moyenne 55% de probabilité d'un vent Nord-Ouest avec 4bft. Les courants varient entre 0,8kn dans le Golfe du Lion à 0,4kn ou moins dans la partie Est de la Méditerranée.

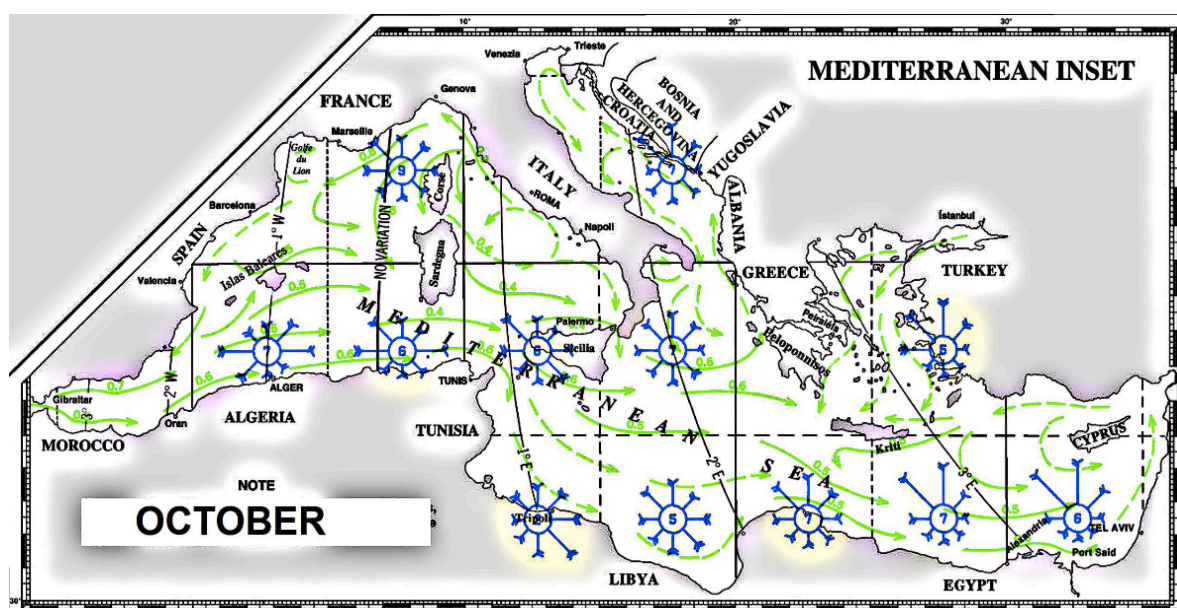


Figure 6: Pilot Chart Octobre

Source : Plaisance Pratique, 2017

Enfin, pour le mois d'octobre, la carte montre des vents variables avec aucune dominance de direction dans le Golfe du Lion et même dans la Mer de Libye. Le seul endroit, où les vents du Nord ou Nord-Ouest gardent une dominance, est dans le bassin levantin. Les forces du vent varient entre 3 à 4bft et le courant reste toujours entre 0,7kn et 0,8kn. Pour les mois d'automne, il est donc compliqué de tirer des conclusions, parce que le vent peut venir de toutes les directions. Dans ce cas, il faut se préparer à adapter sa route spontanément.

3.1.3 Les Marées

Les marées en Méditerranée ont un rôle subordonné, car elles ne sont en moyenne que de 40cm. À cause de la pression atmosphérique qui égalise la montée de l'eau, elles sont quasi invisibles à l'œil. (Aviso+, 2000) Les marées ne jouent donc presque aucun rôle dans la détermination de nos routes.

3.1.4 Météo

La Méditerranée a un climat tempéré avec beaucoup de soleil et des vents qui peuvent parfois être très violents. Les températures en été varient entre 25°C et 40°C ; en hiver, ils tombent jusqu'à 5°C. (Mayer, 2022) On y trouve des hivers humides (765 mm/an à Alger, 862 mm à Nice) et des étés secs avec minimum 2.400 heures de soleil par an au nord-ouest de la Méditerranée et 3.500 heures aux côtes libyennes. (Géoconfluences, 2021)

3.1.5 Conclusion

La Méditerranée n'est donc pas comme l'Atlantique. On ne peut pas profiter d'un vent comme les Alizées, qui souffle plus ou moins sur toute la largeur de l'océan. Les vents ici sont très locaux, irréguliers et variables. Mais pour quand même être capable de faire du transport à la voile, on doit combiner les différentes données qu'on a récolté plus haut. Si on constate que les prévisions météorologiques ne prédisent pas de vent comme le Mistral, la Tramontane, etc., on peut quand même naviguer en utilisant les brises de terre ainsi que les brises de mer. Ceci impliquerait une navigation côtière, ce qui nécessite une meilleure connaissance des côtes, afin d'optimiser la position des voiles pour faire face aux déviations du vent à cause du relief. (Sail 420, s. d.)

Sur les routes entre les îles Baléares et Marseille, grâce à ces brises, une telle manière de naviguer serait relativement facile, car on y doit quasiment juste longer la côte. Dans le chapitre « Les routes » on va revenir plus concrètement sur ce sujet.

3.2 Le bateau

Le choix du bateau dépend toujours de la météo et de l'endroit où on veut naviguer ainsi que de son devoir à accomplir. On a donc besoin d'un navire à voile assez grand pour loger l'équipage (passagers ou volontaires inclus) et transporter de la marchandise. En plus, le bateau doit être capable d'affronter toutes les conditions météorologiques tout en protégeant la cargaison.

Les types de bateau qui accomplissent toutes ces conditions à la fois sont les goélettes, les yawls et les ketchs. La différence entre ces bateaux est la position du grand mât, qui se trouve au milieu sur les ketchs et les yawls, mais à l'arrière sur une goélette. (Wikipedia, 2021a) Ces trois navires sont des « *navires à voiles auriques ou marconies à deux mats* » (Larousse, 2022a)

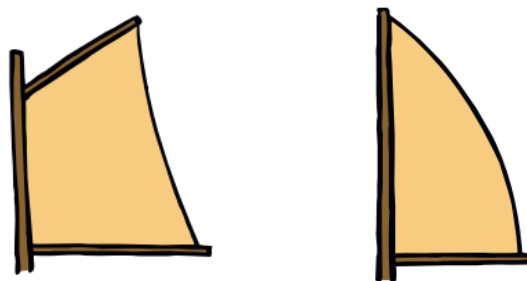


Figure 7: voile aurique (gauche), voile marconie (droite)

Source : Fnac, 2022

Ce type de voile peut être monté sur des petits et des grands navires et permet de naviguer plus proche au vent par rapport à une voile carrée. Cette dernière peut être ajustée pour attraper le vent, mais on ne peut jamais être aussi près du vent qu'avec des voiles qui sont montées dans l'axe longitudinale du bateau. Naviguer près du vent a comme avantages d'être beaucoup plus manœuvrable et de pouvoir rentrer dans les petits ports. En plus, les voiles auriques ou marconies doivent être manipulées moins souvent par rapport aux voiles carrées.

« Manipuler moins souvent » veut aussi dire qu'on a besoin de moins de personnel pour naviguer ce bateau, ce qui est avantageux pour l'armateur. Les voiles peuvent facilement être montées du pont principal et personne n'a besoin de monter dans les mats. Donc, à bord d'une goélette on a théoriquement juste besoin d'un capitaine, d'un cuisinier et d'une personne par mât. À part d'être très utiles, les goélettes, surtout les vieux gréements, sont connues pour être très belles et attractives. (Teknotik Technique Nautique, 2016).

Même si ce n'est pas l'argument principal pour acquérir ce type de bateau, l'esthétique peut quand même jouer un rôle pour attirer l'attention des gens dans les ports. La curiosité des gens peut les inciter à acheter les produits. C'est comme le titre d'un livre qui attire les gens à vouloir lire plus là-dessus. (Guedama, 2020)

Les goélettes existent déjà depuis plus de 300 ans et ont été utilisées, entre autres, comme bateaux de pirates et militaires, grâce à leur vitesse et leur manœuvrabilité. Elles se sont montrées fiables au fil du temps et ont connu leur plus grand succès au XIX^{ème} siècle où elles étaient utilisées pour transporter de la cargaison de toutes sortes. Même des expéditions dans l'Arctique ont été menées sur des goélettes, ce qui montre leur polyvalence (Teknotik Technique Nautique, 2016). Les compagnies, comme la Blue Schooner Compagnie et Grain de Sail, ont eux aussi opté pour le même type de bateau, tout en suivant la même logique. (cf Introduction)

La goélette peut se montrer efficace pour nos besoins. Les cartes de pilotage ont montré qu'il y a une dominance du vent Nord-Ouest en Méditerranée, donc si on fait un voyage des côtes nord vers le sud, les voiles auriques ou marconies peuvent parfaitement attraper le vent. Même un hunier (topsail) pourrait être utile. Vice versa, sur une route sud-nord, on voit le vrai avantage d'une goélette, qui peut aller plus près au vent et donc, théoriquement, sans grands soucis, remonter vers les côtes nord du bassin. Une voile carrée n'y serait pas effective. (Teknotik Technique Nautique, 2016)

L'idée du projet du transport à la voile est de faire le maximum du trajet à la voile. Mais comme on court quand même un risque de ne pas avoir de vents pendant une période, il serait avantageux et même crucial d'avoir un moteur à bord. Ceci pour des raisons de sécurité. Dans un environnement comme la Méditerranée, où la probabilité d'une accalmie s'élève à 14% en été (cf. Pilot charts) et où les températures peuvent monter jusqu'à 40°C, un moteur pourrait éviter de rester coincé dans ces zones dangereuses. Tout en étant conscient qu'un moteur à bord ainsi que le carburant feront des dépenses supplémentaires, il est important d'éviter de soumettre l'équipage et la cargaison à des conditions extrêmes. Plus tard, dans le chapitre des finances, il ne faut donc pas oublier de prendre ces dépenses en compte.

Dans ce contexte météorologique, il va de soi que des panneaux solaires seront installés pour profiter des 2.400h de soleil par an. Une installation pour stocker l'énergie permettrait d'avoir de l'électricité même la nuit.

Même si les détails nommés ci-dessus sont tellement évidents, il y en a d'autres qui le sont moins et nécessitent une recherche plus profonde, comme p.ex. l'arrangement des cales pour charger la cargaison. Cet arrangement dépend en premier lieu des produits à transporter. La détermination des produits que la White Sail Company transportera sera faite dans le chapitre « Analyse des résultats », mais un petit aperçu sera déjà donné ci-dessous pour mieux expliquer cette installation.

En général, le bassin méditerranéen est connu pour sa production d'huile d'olives et de vins. C'est donc évident qu'on envisage de les transporter entre les différents pays. Pourtant ces deux produits sont relativement délicats à transporter, surtout par la voie maritime et nécessitent donc des conditions spéciales.

À quoi faut-il alors faire attention, si on transporte de l'huile d'olive ? D'abord, il faut que la température soit entre 12°C et 18°C, ensuite, il faut aussi éviter l'exposition à la lumière et veiller à ce qu'il n'y a pas d'oxygène dans les bouteilles. (Fratelli Carli, 2019)

À quoi faut-il faire attention quand on transporte du vin ? Comme pour l'huile d'olive, il faut également le mettre dans l'obscurité à une température ambiante constante entre 10°C et 14°C. Une bonne aération est également importante. L'humidité ainsi que la vibration peuvent avoir un impact négatif sur la qualité du vin. (La revue du vin de France, s. d.)

Ces conditions de conservation définissent l'arrangement des cales. Pour une température de mer qui varie entre minimum 8°C en hiver et 29,2°C en été (SAS, 2022), il faut une cale qui soit bien isolée pour qu'il n'y ait ni de contact avec la cale réchauffée par l'eau de mer, ni de contact avec la température de l'air. Il nous faut donc une sorte de chambre frigorifique qui peut garantir le maintien d'une température ambiante, comme p.ex. sur le bateau de Grain de Sail qui a été construit de la même façon en ce qui concerne l'isolation de la cale. (Cf. Grain de Sail) Cette chambre frigorifique doit, de préférence, être installée au milieu du bateau pour éviter le plus possible les vibrations, même si sur un bateau on ne peut jamais vraiment éliminer les vibrations à 100%.

Le système frigorifique ne doit pas obligatoirement être utilisé tout le temps. Comme on doit garder le vin et l'huile d'olive à une température de plus ou moins 14°C, cette chambre a simplement comme but d'éviter que les produits se surchauffent et ne pas de les refroidir. Donc, dès que la température extérieure et celle de l'eau de mer commencent à tomber, on peut prendre la décision d'éteindre le système frigorifique, ceci pour éviter de consommer de l'énergie supplémentaire non nécessaire.

En plus d'une cale protégée des températures extérieures, une cale pour transporter de la marchandise en vrac, plus petite, est nécessaire pour des produits dont les températures de stockage ne sont pas ou peu importantes (riz, savon etc.).

À part du transport de cargaison, la White Sail Company envisage aussi d'offrir des places à des passagers/volontaires pour pouvoir voyager à bord. Bien entendu ce n'est pas un bateau croisière, mais le fait de prendre des passagers peut être un avantage au niveau financier, surtout pour des périodes où la vente des marchandises ne marche pas comme prévu. Ainsi on suivrait les mêmes principes que tous les autres voiliers cargo. Les passagers doivent payer un montant fixe par jour et seront nourris et logés pendant leur temps à bord. Comme une goélette n'a besoin que de 4 hommes (capitaine, cuisinier et un homme par mâ, supposant qu'il y en a 2), les passagers ont la possibilité d'aider l'équipage et de les assister à faire les principaux devoirs, comme p.ex. assister aux quarts à la passerelle etc.

Ce qu'on peut voir un peu partout dans les réseaux sociaux, est que l'intérêt de la population pour des bénévolats en faveur de l'environnement est très élevé, que ce soit pour le transport propre (Timbercoast, Blue Schooner Company, Fairtransport) ou pour la dépollution des océans (4Oceans, Wings of the Ocean). Ainsi la White Sail Company veut aussi proposer une telle opportunité à des volontaires.

Le bateau idéal pour accomplir cette multitude de missions serait donc un bateau voilier type goélette ou ketch. Le « Grain de Sail » p.ex. avec, une longueur de 24m, est capable de transporter 50t ou 18.000 bouteilles, alors que le « De Gallant » avec sa longueur de 36m transporte 30t. (cf. Introduction). Quoique le nombre de tonnes à transporter reste à être défini, on peut quand même déjà estimer la longueur du bateau. Avec une moyenne des deux exemples, on pourrait conclure que le bateau de la White Sail Company serait optimal avec une longueur de 30m.

En ce qui concerne le poids total de la marchandise, il faut prendre en compte que le prix du produit dépend de la quantité transportée, p.ex. si on achète 300 bouteilles de vin directement chez le producteur, le prix par bouteille est moins élevé que si on achète une seule bouteille. (Houbre, s. d.)

Si le bateau peut transporter plus de tonnes, le prix de la marchandise va donc diminuer. Il ne faut tout de même pas trop se fixer sur le poids, mais il faut aussi réfléchir sur l’emballage. La forme, sous laquelle on transporte le produit, joue un rôle important. 50l d’une boisson embouteillée et emballée dans des cartons prennent plus de place qu’un fût de 50l. (RTBF.be, 2021) Il faut donc faire attention à ce qu’une cale, capable de stocker 50t de marchandises, ne soit pas déjà surchargé avec seulement 25t de marchandises à cause des emballages.

L’idéal serait donc, avec les visions du futur, d’avoir un bateau qui est capable de transporter entre 40t et 50t. Ceci permettrait de faire des voyages plus grands et plus longs, au fur et à mesure du succès de la compagnie.

Concluant donc qu’il nous faut un bateau de 30m, de 50t de capacité de charge, avec une possibilité d’accueillir minimum 4, maximum 10 personnes, dont 6 volontaires. Bien sûr que ce bateau bat le pavillon luxembourgeois.

Comme cette thèse n’a pas comme but de construire un bateau, des renseignements auprès d’un chantier naval en ce qui concerne le prix d’un tel bateau n’ont pas été demandés. Pour faire quand même des calculs financiers approximatifs, on va supposer que le bateau coûte entre 1,5 à 2 millions d’euro. Ce prix est inspiré par le prix du « Grain de Sail I » qui coûtait 1-1,5 millions d’euro. Comme le bateau sera 6m plus long et a des accommodations pour des passagers, on estime un surplus de 500.000€. L’acquisition d’un bateau d’occasion et sa rénovation, surtout l’installation d’une chambre frigorifique, est bien plus compliquée que si on va directement dans un chantier. Comme ce bateau ne sera pas seulement un pur bateau à passager ou un pur bateau à cargo, mais un cargo-passager, il vaut mieux construire un nouveau bateau avec toutes les options décrites plus haut. En plus, les chantiers navals français commencent à avoir de l’expérience, puis qu’ils vont prochainement construire le premier cargo-voilier de TOWT (Piriou, 2022a) et le « Grain de Sail 2 » (Piriou, 2022b)

4 ÉTAPE 2 : EXPOSER LES VALEURS DU PROJET

4.1 Pourquoi la Méditerranée ?

Le transport maritime à la voile en Méditerranée peut faire partie des initiatives qui sont déjà en cours pour sauver la mer. La Méditerranée est actuellement très en danger à cause du réchauffement climatique, les déchets de plastique, la surpêche et le trafic maritime.(Darbouret, 2022)

En 1976, l'UE et les pays de la Méditerranée ont signé une convention « *pour la protection de la mer Méditerranée contre la pollution* » à Barcelone (Convention de Barcelone) y inclus sept différents protocoles. Il s'agit des protocoles sur l'immersion, les préventions et situations critiques, les sources terrestres, - relatifs aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique- , l'offshore, les déchets dangereux, -relatifs à la gestion des zones côtières de la Méditerranée.(UN environment, 2017a) Cette convention et ses 7 protocoles posent la base légale du PAM (Plan d'action pour la Méditerranée), un plan pour mieux protéger le bassin méditerranéen. Malheureusement les états membres n'avancent pas très vite vers leur but de la protection. (Darbouret, 2022)

En 2017 un rapport sur l'état de la qualité a été publié, sous la Convention de Barcelone, qui décrit les problèmes actuels de la mer. « *La Méditerranée est l'une des mers les plus actives au monde, sur laquelle circulent 20 % du commerce maritime mondial, 10 % du transit de containers et plus de 200 millions de passagers. De plus, l'augmentation constante du trafic maritime s'ajoute à la pression écologique, provoquant une augmentation des émissions de CO2, de la pollution, des déchets rejetés en mer, des collisions avec les grands cétacés, des nuisances sonores sous-marines, ainsi que l'introduction d'espèces non-indigènes. Le développement du trafic portuaire de containers montre une tendance claire à la croissance rapide du secteur, ce qui accroît sans aucun doute la pression écologique et renforce la nécessité d'une transition vers un transport maritime durable (...)* Environ 15 % de l'activité mondiale de transport maritime par nombre d'escales et 10 % par capacité de transport (tonnes de port en lourd) (REMPEC, 2008) transitent par la Méditerranée (...) On estime que 18 % du transport maritime en mer Méditerranée intervient entre deux ports méditerranéens.» (UN environment, 2017b)

La White Sail Company s'installe donc dans un milieu qui a urgemment besoin de solutions. En reflétant sur les problèmes indiqués dans le rapport de « UN environnement », on constate que le transport en voilier semble être une solution à prendre sérieusement en considération. Un voilier ne fait pas augmenter les émissions de CO₂ lorsqu'il navigue à la voile. Les vibrations sont clairement plus faibles puis qu'il n'utilise rarement le moteur. Comme sa vitesse n'est probablement pas au-dessus de 12kn, les collisions avec des cétacés peuvent être évités. Le rejet des déchets dans la mer y est bien entendu interdit. (Ministère de la Transition écologique et solidaire & Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, 2020)

En même temps, on ne parle pas d'un seul bateau à la voile qui va sauver la Méditerranée, mais plutôt d'une flotte de voiliers. Un seul voilier est juste une goutte d'eau dans l'océan mais si la White Sail Company arrive à démontrer que c'est vraiment faisable, rentable et fiable, comme les voiliers cargo en mer du Nord, il va y avoir d'autres qui vont suivre et l'impact positif sur la mer sera visible.

En 2019, il y avait 30 millions de passagers sur les bateaux croisières en Méditerranée (Statista, 2020) et en 2016 Medcruise comptait 136 bateaux croisières actifs dans le bassin méditerranéen. Le voilier propose également une solution à ce problème. Le « slow tourisme » est un terme qui apparaît de plus en plus dans la branche touristique. « *Un tourisme à rythme lent, garant d'un ressourcement de l'être, peu émetteur de CO₂, synonyme de patience, sérénité, découvertes approfondies, d'amélioration des connaissances et des acquis culturels* ». (Voyageons-autrement, s. d.). Le slow tourisme est donc un tourisme écologique parce que les touristes préfèrent des moyens de transport moins polluant. En plus, comme le voilier ne peut pas garantir les heures et les jours exactes de son arrivée, on est obligé de se prendre du temps, ce qui correspond parfaitement à la philosophie du slow tourisme.

Comme la White Sail Company va transporter des produits propres venant d'une production écologique, pourquoi ne pas aussi offrir un tourisme écologique. Le slow tourisme est un concept dont on voit un avenir prometteur.(Passion Terre, 2022) Le transport de touristes pourrait, comme déjà mentionné, nous aider financièrement à des moments où le transport de marchandises ne marche pas très bien. Bien sûr que les touristes seraient aussi inclus dans les tâches à accomplir sur le bateau.

4.2 Un regard vers le passé

Pour savoir si le transport à la voile en Méditerranée peut fonctionner de nos jours, on va brièvement remonter dans l'histoire.

Dans l'antiquité, ce sont les égyptiens qui ont commencé à utiliser la voile en Méditerranée ainsi que sur le Nil en 3500 a. J-C. D'autres peuples comme les Minoens et les Phéniciens ont essayé d'améliorer les bateaux et les ont modifiés pour qu'ils tiennent mieux à la navigation commerciale et hauturière. Les Phéniciens ont fondé des colonies à travers toute la Méditerranée grâce à leurs bateaux. Ils avaient des colonies de Chypre par Marseille jusqu'à Cadix. Ils naviguaient pour la plupart du temps sur l'axe Est-Ouest ce qui avait comme avantage qu'ils ne devaient pas calculer la latitude, donc ils pouvaient naviguer d'un point de repère vers l'autre. Ceci permettait de toujours arriver à bon port et d'avoir une durée de voyage relativement courte. Il s'agissait de jours et pas de mois. Les phéniciens étaient les premiers à développer un droit maritime.(Donald S. & Nurminen, 2009) Puis, les grecs ont développé les premiers navires de guerre, la trière grecque. Un bateau à voile carrée et à rames. Pendant l'ère des romains des navires à voiles ont aidé à alimenter tous les coins de l'empire. Ils transportaient entre autres du vin, de l'huile d'olive ou du marbre et des sarcophages. (Wikipedia, 2021b)

Dans l'antiquité, pendant les mois d'hiver, la mer était « fermée » à cause du manque de prévisibilité des perturbations et de la violence des tempêtes. Pendant l'été, le temps était plus prévisible. Mais les périodes de calme et de chaleur n'étaient pas évidentes à prévoir non plus et posaient surtout des problèmes de ravitaillement d'eau. La connaissance de la météo fixait le moment du départ des bateaux. (Donald S. & Nurminen, 2009) Pour éviter ce problème, les peuples autour de la Méditerranée faisaient très souvent du cabotage (= transport maritime à courte distance). (Wikipedia, 2021b) Au Moyen-Âge, c'étaient les républiques de Gênes et de Venise qui ont pu construire un empire rien qu'avec leur commerce et leur force navale. (Donald S. & Nurminen, 2009)

On peut donc conclure que la voile a toujours fait partie de la navigation et du commerce dans le bassin méditerranéen. Le transport à la voile est ainsi une solution logique pour pouvoir sauver nos mers.

5 ÉTAPE 3 : ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché est une étape importante pour comprendre le marché dans lequel on veut s'installer. Le marché global a déjà été décrit dans l'introduction. Concentrons-nous donc maintenant sur notre marché avec l'analyse des clients et de nos concurrents. Une bonne étude de marché consiste en 4 étapes, à savoir la segmentation de client, comprendre le client, connaître sa concurrence et se positionner. (CCI Business Builder, 2022) L'étude de marché suivra le schéma publié par « CCI entreprendre » et écrit par Carre (2015).

5.1 La segmentation des clients

La Segmentation des clients consiste à cibler précisément un public auquel on veut vendre la marchandise. « *Si on vend tout à tout le monde, on ne vend rien à personne.* » (proverbe en économie) (CCI Business Builder, 2022)

Le publique ciblé se compose de deux parties : d'un côté, toutes les personnes qui aiment consommer des produits bio et d'un autre côté, ceux qui veulent faire du slow tourisme et faire l'expérience d'une aventure exceptionnelle sur un voilier. En ce qui concerne la vente de nos produits, on cible donc les gens qui habitent proche des côtes. On ne veut pas envoyer nos produits par la poste loin dans l'arrière-pays, cela ne permet pas de garder l'empreinte écologique le plus petit possible. Au sujet des voyageurs, on cible ceux qui sont à la recherche d'un style de voyage alternatif, peu importe leur nationalité et leur provenance. Il est pourtant difficile de mesurer et de donner un chiffre approximatif d'acheteurs ou de voyageurs potentiels puisqu'il faut aussi prendre en compte les touristes qui partent en vacances sur les côtes méditerranéennes et qui ne font connaissance avec la compagnie qu'au moment de leur séjour.

Au fur et à mesure du succès, dans une deuxième étape, on peut aussi viser des vendeurs de produits locaux ou des épiceries fines de sorte que la White Sail Company devienne leur fournisseur. Ainsi on ne serait plus obligé de vendre nous-mêmes nos produits transportés mais on collaborera sur place avec les vendeurs locaux. Ici il faut donc faire une différence entre les prescripteurs, les acheteurs et les utilisateurs. Le prescripteur est « *une personne ou entreprise qui peut recommander l'achat de notre produit.* » (Carre, 2015) Vu que le marché des voiliers cargo est en train de se développer, ils ne sont pas encore nombreux. L'acheteur peut être une personne ou entreprise qui ne consomme pas lui-même le produit, c'est donc celui qui a fait l'achat. L'utilisateur est celui qui utilise le produit. Donc si on vend nos produits à des vendeurs de produits locaux, on a à faire avec un acheteur qui peut aussi devenir le prescripteur en même temps. Cette définition est importante pour savoir comment communiquer d'une manière effective avec ces trois types de clients. (Carre, 2015) Plus de détails seront donnés dans le chapitre « Étape 5 : Stratégie de communication ».

Les clients peuvent avoir différentes motivations ou freins pour acheter des produits. Ce comportement d'achat peut être soit hédoniste, soit rationnel, soit éthique. Les produits proposés par la White Sail Company satisferont les motivations hédonistes parce que le consommateur cherche le plaisir dans sa consommation. Bien sûr que pour avoir du plaisir dans la consommation, il est le devoir de l'entreprise de s'assurer que le produit soit de bonne qualité. Si par contre le client perçoit un avantage en achetant un autre produit, on parle d'un frein rationnel. C'est pour cela qu'il faut, entre autres, faire attention à ce que le prix de nos produits ne soient pas supérieurs au prix maximal que les gens sont prêts à payer. Du côté éthique, le transport à la voile peut être une vraie incitation de changer le comportement de consommation du client. (Carre, 2015)

Pour comprendre nos futurs clients, il est conseillé par plusieurs sources de créer une « Carte d'empathie ». (Carre, 2015)(CCI Business Builder, 2022) Cette carte permet de se mettre dans la peau du client afin de visualiser son comportement, son désir et ses attentes. (Carre, 2015) En clair, on essaie de représenter avec des mots clés ce que le client voit, dit, sent et entend. Cette hypothèse pourra être vérifiée avec un questionnaire effectué sur le terrain. (Brown L., 2022)

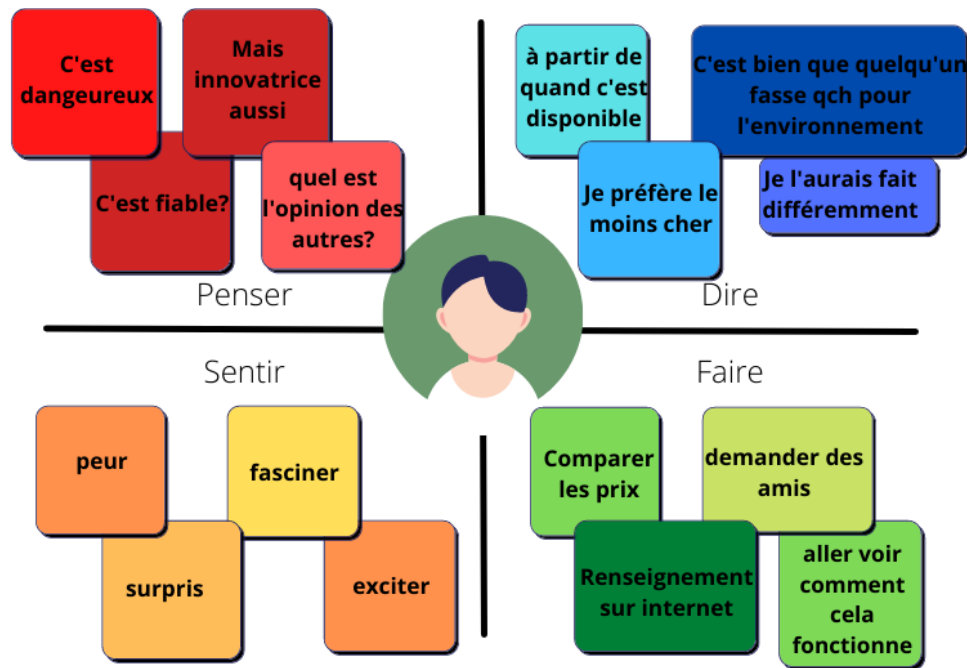


Figure 8: Carte d'empathie

Source : Propre travail fait sur canva.com suivant le modèle de Brown L. (2022)

L'hypothèse montre donc en gros que les clients vont probablement être sceptiques avec les nouveaux modes de transports et de voyages. Il y aura des questions à clarifier avec les clients pour qu'ils aient de la confiance.

Mais pour voir si cette hypothèse du scepticisme avec d'un côté la peur et d'un autre côté l'excitation est correcte et fondée, on a envoyé un questionnaire sous forme d'un Google Forms à des halles qui se trouvent tout au long de la côte méditerranéenne française. Les halles sont « *des emplacements, bâtiments où se tient le marché central de denrées alimentaires d'une ville* » (Le Robert, 2022) Dans ces halles, les vendeurs ne vendent que des produits locaux donc biologiques et écologiques. Les dirigeants des halles connaissent donc le comportement des gens envers ces produits propres. C'est dans cet endroit où la White Sail Company espère pouvoir trouver des clients. Cette enquête sert aussi à déterminer la demande et l'offre de produits transportés à la voile ainsi que d'estimer un prix psychologique (= prix maximum que les gens sont prêts à payer). (Journaldunet, 2019)

5.2 Analyse des résultats

L'enquête ne se déroulait pas comme prévu au début. Les halles ne nous répondaient pas. On a envoyé le questionnaire à neuf halles qu'on pouvait identifier sur internet et qui étaient joignables via email. Pour quand même avoir des réponses, on a décidé d'envoyer le questionnaire aux mairies des communes se trouvant au littoral. Après une vingtaine de messages envoyés, on a reçu une réponse qui nous disait que les mairies n'ont pas accès à des liens et des questionnaires envoyés par email pour des raisons de sécurité. Puis nous avons décidé d'envoyer le questionnaire aux offices de tourisme. Le nombre de réponses reçues s'élève seulement à 7. Ce n'est pas beaucoup mais déjà assez pour tirer des conclusions parce que, comme on va voir, les résultats sont toujours plus ou moins les mêmes. On a choisi les offices de tourisme parce qu'on a supposé que ces gens connaissent la région, les produits locaux, les touristes et la mentalité des habitants. De plus, si jamais ils ne se considéraient pas compétents à répondre aux questions, ils pourraient nous recommander une meilleure adresse. Ceci était effectivement le cas car certains nous ont conseillé de contacter l'administration du port. (La liste des destinataires de notre questionnaire se trouve dans l'Annexe IV. Environ une soixante-dizaine d'emails ont été envoyées.)

La première question qu'on a posée était : « Dans quelle commune se trouve votre halle ? ». Cette question avait comme but de pouvoir localiser nos répondants et dans la suite de voir les différences entre les divers départements du Sud. Les gens ayant répondu venaient de Narbonne, La Seyne-sur-Mer, Èze, Banyuls-sur-mer, Théoule-sur-mer, Saint Cyr-sur-Mer et Gruissan.

La deuxième question, « Avez- vous déjà entendu parler des 'voiliers cargo' ? » avait comme but de savoir si la population dans le Sud est bien consciente que ce nouveau type de transport existe. Cette question est importante parce qu'elle pourrait expliquer un éventuel désintérêt au projet. Le résultat montre que plus de la moitié des gens ne connaissent pas les voiliers cargo. Pourtant il se peut que le nombre réduit de réponses ne suffit pas pour dire que ce chiffre est représentatif, ce qui n'est heureusement pas le cas pour le reste des réponses, ceux-ci étant toujours les mêmes.

Le diagramme en-dessous visualise ce résultat et parle pour soi. Narbonne, Banyuls-sur-Mer, Théoule-sur-Mer, La Seyne-sur-Mer y ont répondu avec « Non » et Èze, Saint Cyr-sur-mer et Gruissan ont répondu avec « Oui ».

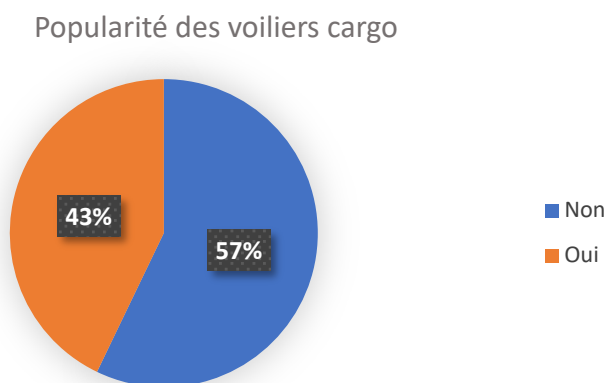


Figure 9: Avez-vous déjà entendu parler des 'voiliers cargo'?

Source : Résultats de l'enquête, schéma modifié sur Excel

La troisième et la cinquième question sont presque similaires et nécessitent par conséquent d'être analysées ensemble. On a voulu savoir « Sur une échelle de 1-10, comment juger vous l'intérêt des gens de votre région pour acheter des produits méditerranéens venant d'une production écologique étant transportés à la voile. » et « Sur une échelle de 1-10, comment juger vous l'intérêt des gens de votre région pour vendre des produits français venant d'une production écologique pour être transportés à la voile. »

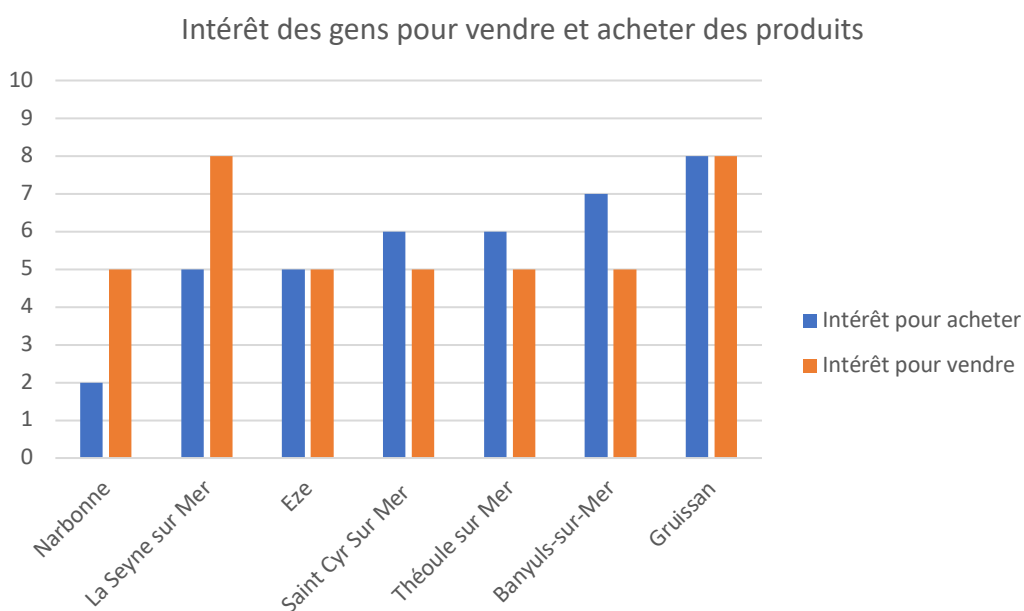


Figure 10: Intérêt pour vendre et acheter des produits transporter à la voile ?

Source : Résultats de l'enquête, schéma modifié sur Excel

On constate que l'intérêt pour acheter des produits peut varier selon l'endroit alors que l'intérêt pour vendre reste, à part deux endroits, toujours les mêmes. Les endroits, qui ont indiqué qu'ils ne connaissent pas les voiliers cargo, ont indiqué qu'ils pensent que l'intérêt pourrait quand même être assez élevé. Les réponses de Narbonne et La Seyne-sur-Mer sont les plus surprenantes. Ce sont les seuls régions où l'intérêt pour vendre est plus grand que l'intérêt pour acheter. Les autres ont indiqué que l'intérêt pour acheter est à peu supérieur voire égal à l'intérêt pour vendre. En général, ces réponses démontrent que la plupart des endroits sont ouverts au transport à la voile. Par conséquent, il y a une grande probabilité que les voiliers cargo vont connaître du succès, avec l'exception de Narbonne où on voit clairement que l'intérêt pour acheter est minime.

Après avoir demandé aux gens leur estimation d'intérêt pour acheter les produits transportés à la voile, il fallait aussi les demander quels produits seraient dans leur intérêt. On leur a donné le choix entre épices, vin, huile d'olive, olives, apéritifs/digestifs et autres.

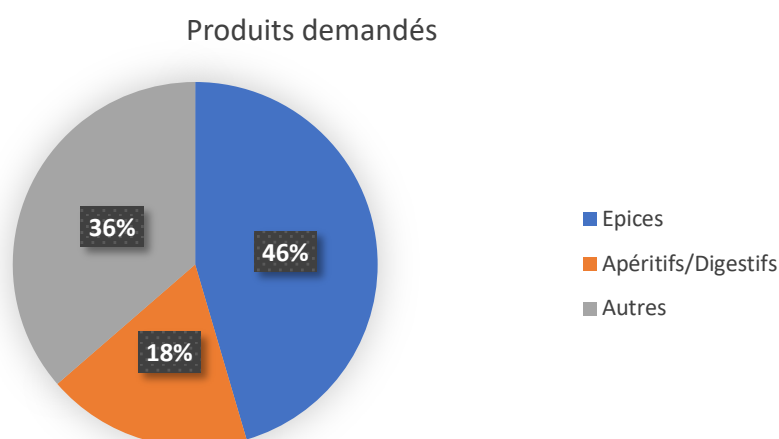


Figure 11: Quels produits méditerranéens sont très appréciés dans votre commune qui ne viennent pas de la région et pourraient être transportés en voilier ?

Source : Résultats de l'enquête, schéma modifié sur Excel

On voit clairement que les épices, les apéritifs/digestifs et la catégorie « Autres » sont les choix les plus cliquetés, alors que les olives, l'huile d'olive et le vin n'ont connu aucun succès. La catégorie « Autres » ayant eu un succès inattendu, on remarque qu'il y a encore un potentiel sur des produits qui n'ont pas figuré sur la liste.

Après avoir défini les produits demandés, on voulait de l'autre côté aussi savoir quels produits les différentes régions ont à offrir. Ils avaient le choix de cocher l'huile d'olives, le vin, les olives, le savon, le riz, les boissons et autres.

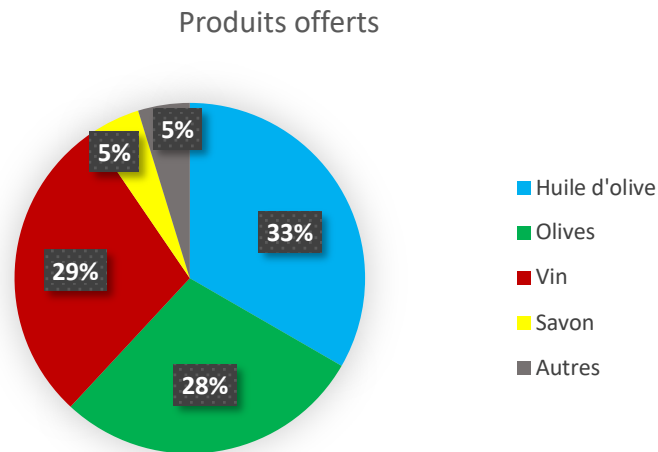


Figure 12: Quels produits de votre région seraient un bon produit écologique pour être transporté à la voile ?

Source : Résultats de l'enquête, schéma modifié sur Excel

Presque toutes les réponses reçues indiquaient que l'huile d'olive, les olives et le vin sont de bons produits pour être transportés à la voile. Ce sont des produits typiquement méditerranéens qui sont facile à transporter vu que la goélette sera conçue pour transporter justement ce type de marchandise.

Les prochaines questions vont s'occuper des prix. On a demandé les gens quel serait le prix maximal qu'ils payeraient pour une bouteille de vin, une bouteille d'huile d'olive, 100g d'épices et 100g d'olives. En économie, on appelle cela le prix psychologique, ce qui est le prix maximal que l'acheteur est prêt à payer pour un bien.(Journaldunet, 2019)

Pour les questions des prix, les réponses étaient plus ou moins unanimes. On leur donnait une fourchette de prix qui était de 1-5€, 5-15€, 15-30€, 30+€.

Cette enquête montre que le prix pour une bouteille de 0,75l d'huile d'olive peut être entre 5€ et 15€ (6 réponses). 3 réponses indiquaient quand même aussi 15€-30€ ce qui est surprenant et cher. Entre 5€ et 15€ semble plus réaliste comme prix psychologique. Pour 0,75l de vin, la plupart a choisi que le maximum se situe entre 15€ et 30€. C'est un choix compréhensible et logique. Pour 100g d'épices, la limite du prix est entre 5€ et 30€. Cela dépend du type d'épices. Pour 100g d'olives le prix maximal est entre 5€ et 15€. Le prix exact sera déterminé définitivement dans le chapitre du « Business Model ». Pourtant ce questionnaire nous a déjà donné une limite du prix qu'on ne peut pas dépasser.

À la fin de ce questionnaire, on a également donné l'opportunité aux participants de donner des conseils et de faire des remarques sur notre projet. Dans ce cadre on a reçu une seule réponse. Elle nous conseillait de jeter un coup d'œil sur le site internet de « cambusa.eu ». Cambusa est un projet international franco-italien soutenu par l'UE qui essaie d'offrir de la nourriture locale aux plaisanciers dans les ports. Pour ce faire, ils ont développé une application. (Cambusa, 2014) Quoique cela n'est pas forcément dans notre contexte, on leur a quand même envoyé notre questionnaire qui malheureusement est resté sans réponse.

En revenant sur l'hypothèse de la carte d'empathie, on constate que beaucoup de gens avaient peur du lien qu'on leur a envoyé. Pour préciser, le texte d'introduction n'a pas seulement été mis au début du questionnaire mais aussi dans l'email envoyé afin de gagner la confiance du lecteur. Il se peut donc que certains d'entre eux ont cru que c'était une arnaque ou une tentative de piratage. À part de ça, d'autres nous ont fait comprendre que ce serait mieux de demander quelqu'un d'autre à leur place. Donc la case avec « demander des amis » a été correcte. Le fait de comparer cependant les prix, comme indiqué dans une autres des cases, a été correcte aussi, parce que les gens, en indiquant le prix maximum, l'ont fait automatiquement. Quelques cases, comme celle de « fasciner » et « mais c'est innovateur aussi » se sont démontrées correctes également, le niveau d'intérêt de certaines personnes étant élevé. La case « je l'aurais fait différemment » s'est pourtant démontrée comme fautive. Aucune réponse nous a donné une remarque sur d'autres approches possibles. D'autres cases, comme celle « rechercher sur internet », ne pouvaient pas être vérifiées.

L'analyse de ces résultats montre donc que les clients sont effectivement sceptiques et intéressés à la fois, ce qu'il faut prendre en compte lors d'une communication avec eux. Le lien du questionnaire peut être trouver dans l'Annexe IV.

5.3 Concurrence

Il y a trois types de concurrence, dont la concurrence directe, indirecte et future, qu'il faut analyser avant de se positionner.

La concurrence directe est « *constituée de l'ensemble des entreprises proposant un produit ou service similaire à votre entreprise.* »(Bpifrance Création, 2022).

L'association Bourlingue et Pacotilles a eu l'idée de demander aux propriétaires de voiliers d'utiliser leurs bateaux pour transporter des marchandises entre la France et l'Italie. Ce qui a l'air d'être la même chose que la White Sail Company au premier regard, se démontre quand même assez différent dans le détail. Premièrement, Bourlingue et Pacotilles est une association, un club de passionnés, ce n'est pas une entreprise. De plus, pour l'instant ils n'ont pas encore de propres bateaux. Ils doivent pour chaque voyage essayer de trouver de nouveaux bateaux et puis les remettre en bon état avant de partir en mer. (ARTEde, 2022)

Comme ils ne font pas voyager des volontaires à bord, l'idée du slow tourisme n'y est pas inclus. Pour l'instant, leur méthode de rangement à bord est très spartiate, les petits voiliers ne sont pas construits pour transporter de la marchandise. (ARTEde, 2022) Les produits qu'ils offrent sont des produits typiquement méditerranéens comme le vin et l'huile d'olive etc. venant de Sardaigne ou de Sicile. (Bourlingue et Pacotille, 2022) Cette association a été très difficilement trouvable, donc le niveau de connaissance auprès de la presse est encore limité.

Une autre entreprise, difficilement trouvable, est active dans l'Égée en Grèce et navigue sous le nom de Aegean Sails. Elle fait le transport de marchandise principalement en Grèce mais elle a aussi déjà réussi à venir jusqu'en Italie et en France. Cette entreprise est active dans le même domaine et promeut aussi le slow tourisme à sa façon. Un voyage à bord coûte entre 1400€ et 2200€ par semaine. (Aegean Cargo Sailing, 2022) Peut-on le considérer comme une concurrence ? Non, ils sont plus actifs dans l'Égée que dans la région où la White Sail Company veut s'installer.

Comme on a vu dans les réponses du sondage, il y a 4 sur 7 personnes qui n'ont jamais entendu parler de voiliers cargo. Ceci peut être interprété de façon que les deux acteurs déjà présents sur le marché ne sont pas encore tellement connus sur tout le littoral français. Mais on peut aussi dire l'inverse, 3 sur 7 personnes en ont déjà entendu parler ce qui est peut-être grâce à ces deux-là.

À côté de cela, il existe encore d'autres entreprises qui proposent le même service mais qui ne sont pas du tout présents dans la Méditerranée. Ils ne sont pas à prendre en compte comme grandes concurrences mais plutôt comme une source d'inspiration. On parle ici de la Blue Schooner Company, Timbercoast et Fairtransport. Ce sont des entreprises françaises, allemandes et néerlandaises qui transportent principalement du rhum et du chocolat de l'Amérique latine vers l'Europe. (Blue Schooner Company, 2020c)(Timbercoast, 2022)(Fairtransport, 2022)

Malgré tout, ces derniers sont quand même une petite concurrence car eux aussi proposent des voyages sur leurs bateaux en tant que touriste/volontaire. Ainsi les gens auront donc le choix entre une traversée de l'Atlantique avec les entreprises nommées ci-dessus ou un voyage en Méditerranée avec la White Sail Company. Comme les voyages en Atlantique ont souvent une durée de plusieurs semaines voire plusieurs mois, ceci peut être soit un atout, soit un désavantage. Pour tous ceux ayant beaucoup de temps, ces longs voyages peuvent être attrayants, par contre pour tous ceux n'ayant pas plusieurs mois à leur disponibilité, la White Sail Company avec leurs voyages bien plus courts en Méditerranée, leur propose une solution appropriée.

La destination peut donc elle aussi être un facteur décisif pour les clients. Ces entreprises ne posent donc pas de grands risques. Le plus on est nombreux sur ce marché maritime, le plus on aura un impact positif sur l'environnement.

Les portes- conteneurs, en revanche, ne peuvent pas être pris en considération comme concurrence directe, le marché du transport à la voile étant un marché niche. Les porte-conteneurs sont trop puissants pour qu'on ait de la chance contre eux³⁴. C'est surtout parce que les porte-conteneurs n'ont pas la même philosophie derrière leurs services qu'ils offrent. Ils sont l'opposé absolu des cargo-voiliers.

Un autre risque qu'on court est de rentrer en concurrence avec les producteurs locaux. Comme dans le bassin méditerranéen, la population est déjà bien connectée à la nature grâce à leur climat qui leur permet de cultiver des produits bios de haute qualité, le but de l'entreprise doit être de travailler avec eux et non contre eux. Pour cela il est important d'entretenir de bonnes relations en les contactant p.ex. pour devenir nos fournisseurs de produits français dédiés à l'export méditerranéen. Ceci augmentera non seulement pour nous mais aussi pour eux le nombre de clients potentiels.

À côté de la concurrence directe, on doit aussi savoir gérer la « concurrence indirecte ». « *La concurrence indirecte, constituée des entreprises proposant un produit ou service différent, mais répondant au même besoin que celui auquel votre entreprise cherche à répondre* ». (Bpifrance Création, 2022)

Ainsi les entreprises qui louent des voiliers aux vacanciers sont une concurrence indirecte pour la White Sail Company puisqu'ils offrent un autre service, tout en répondant aux besoins des gens voulant vivre sur un voilier et y faire des vacances relaxantes, donc du slow tourisme. (Nautal Smart Sailing, 2016)

Comme concurrence future, il y a actuellement au moins une entreprise qui est en train de construire un voilier pour transporter du café entre l'Amérique latine et l'Italie. (Brigantes, 2022) Quotidiennement, il y a de plus en plus de projets de voiliers cargo qui prennent forme et même si un jour il y aurait une compagnie qui ferait la même chose, au même endroit, on ne doit pas la considérer comme concurrence mais plutôt comme un pas de plus vers la décarbonisation du trafic maritime. Il faudrait donc seulement se différencier sur le type de cargaison afin d'éviter la saturation du marché.

En conclusion, on peut retenir que les voiliers cargo sont actuellement encore très limités en Méditerranée. On se positionne donc dans un marché qui n'est pas bien exploité et qui mérite d'être développé d'avantage, tout en respectant la concurrence directe, indirecte ainsi que celle du futur.

Dans cette situation prédéfinie, on ferait mieux de parler de partenariat que de concurrence. Cela éviterait qu'une entreprise « vole » les clients aux autres. D'éventuels partenariats peuvent être faits avec les entreprises déjà bien établies sur le marché. Dans un futur proche, pour fortifier ces partenariats, on pourrait p.ex. désigner un port qui sert comme un centre d'échange pour les marchandises transportées à la voile. Cela nous aiderait à mieux distribuer les produits venant de l'Amérique latine par voilier cargo partout dans le bassin méditerranéen et vice versa.

6 ÉTAPE 4 : STRATEGIE COMMERCIALE

La stratégie commerciale se compose de plusieurs parties dans lesquelles on va trouver beaucoup de détails pratiques. On y définira les produits qu'on essaie de transporter et on discutera de l'équipage ainsi que des passagers et de leurs devoirs à bord. Ensuite ce chapitre contiendra une partie de planification de voyages avec le choix des routes, y inclus les ambitions futures et d'éventuels plans d'expansion.

6.1 Définitions des produits

Comme déjà indiqué dans le chapitre de la présentation du bateau, les produits principaux que la White Sail Company transportera seront du vin et de l'huile d'olive.

6.1.1 *Le vin*

Le vin est un produit prometteur pour le transport parce que sa consommation mondiale est en permanente augmentation. Entre 2002 et 2018, la consommation en hectolitre est passée de 18,3 à 25,6 soit une augmentation de 40%. (Conseil Interprofessionnel des vins de Provence, 2019). La région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur) est la région dans le Sud-Est de la France aux rives de la Méditerranée, qui s'est spécialisée dans la production du rosé, qui constitue 85% des vins produits dans cette région. En 2019, on y récoltait 1.280.887 hl de vins, ce qui fait 570 millions d'euros générés par les producteurs et 1,8 milliards d'euros de ventes aux consommateurs. 35% des vins de Provence sont dédiés à l'export. Le prix moyen de vente issu du relevé d'offre pour un vin de Provence est à 14,70€ pour 75cl. Dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR) le prix moyen est de 28€ pour 75 cl. (Conseil Interprofessionnel des vins de Provence, 2019)

Selon l'Observatoire Mondial du Rosé, la France, l'Italie et l'Espagne font parties des principaux pays producteurs de vin rosé avec respectivement 28%, 17% et 9%. En ce qui concerne la consommation de rosé, la France est leader mondial avec 16,2l par ans par habitant, donc 34% de la consommation mondiale. L'Italie représente 4% et l'Espagne 2% de la consommation de rosé. (Conseil Interprofessionnel des vins de Provence, 2019)

En ce qui concerne les importations de vins rosé, la France prend la plus grande part du marché avec 26% en termes de volume mais seulement 10% en termes de valeur. Les importations de l'Italie et l'Espagne sont minimales. (Conseil Interprofessionnel des vins de Provence, 2019)

Pour les exportations, l'Espagne est en tête en ce qui concerne le volume, devant la France et l'Italie. En termes de la valeur du rosé, c'est à nouveau la France qui exporte le plus devant l'Italie et l'Espagne. (Conseil Interprofessionnel des vins de Provence, 2019)

Tous ces chiffres démontrent le potentiel de cette région méditerranéenne entre la France, l'Italie et l'Espagne. Donc le choix de transporter du rosé et des vins en général semble être évident. Le choix des vignobles desquels on transportera du vin sera fait juste avant le lancement de l'entreprise. Ce choix ne sera pas fait via des recherches internet mais par voie physique, donc on ira sur place pour se convaincre de la qualité du vin et du processus de production.

6.1.2 Huile d'olive

En 2018-19, la production d'huile d'olive s'élevait à 3.131.000 tonnes dans le monde entier, dont 66% en Union européenne. (Sitevi, 2019) L'Espagne, l'Italie et la Grèce produisent déjà 97% de la production européenne. Les pays méditerranéens en général produisent 98% de la production mondiale. (Planetoscope, 2019) Les pays qui consomment le plus d'huile d'olive sont l'Italie, l'Espagne, la Grèce, les États Unis et la France. (Sitevi, 2019)

La France elle-même produisait 5.860t en 2018-19. Dans la région Sud de PACA, 62% des huiles d'olive français y sont produites. En revanche, les français consomment 111.000t par année, donc ils doivent importer de l'Espagne, de l'Italie, de la Tunisie et du Portugal. Environ 18,8 millions de foyers achètent des huiles d'olive. (Sitevi, 2019)

Donc, comme pour le vin, on peut constater un fort potentiel aussi dans le transport et la vente de l'huile d'olive. C'est un produit méditerranéen apprécié. Le transport de vin et d'huile d'olive entre la France, l'Espagne et l'Italie peut donc se montrer lucratif. Mais la White Sail Company ne va pas juste se fixer sur ces deux produits.

6.1.3 Autres produits

Pour avoir une offre diversifiée et pour satisfaire la demande, on va également essayer de transporter des produits secs en vrac comme des épices par exemple. Sur le marché européen, la France est troisième en termes de consommation d'épices. (Businesscoot, s. d.)

D'autres produits intéressants à transporter sont également le savon ainsi que le riz camarguais. Mais pour ce genre de produits on essaie de garder une certaine flexibilité. Comme cela, on est préparé à des imprévus mais aussi à la demande des clients. Au début on va donc surtout se concentrer sur le transport de vin et d'huile d'olive.

6.2 L'équipage

L'équipage va être composé de 4 membres professionnels et de préférence de 6 passagers. Il est favorable d'avoir du personnel en réserve au cas où il n'aurait pas assez de gens à bord pour naviguer le bateau en toute sécurité. Le « safe manning » doit être accordée par l'État Pavillon. Ceci sera approfondi dans l'Étape 7 : Forme juridique, lors d'une interview.

Il faut bien définir la nomination de l'équipage à bord pour éviter tout problème de certification. Un passager est « *une personne qui utilise un moyen de transport pour se déplacer sans participer à son bon fonctionnement.* » (passager = voyageur) (Linternaute, 2022) Un volontaire est « *une personne qui accepte de son plein gré une mission difficile ou dangereuse, une tâche ou un service bénévole* » (Larousse, 2022a) Un bénévole est quelqu'un « *qui apporte son aide volontaire et sans être rémunéré* » (Larousse, 2022b). « Volontaire » et « bénévole » sont donc des synonymes mais le terme de volontaire décrit mieux l'équipage non professionnel à bord.

On va suivre la même voie que les autres entreprises de voiliers cargo où les volontaires doivent payer pour pouvoir travailler à bord. Le prix à payer dépend de la longueur du voyage. Ces volontaires viennent avec nous à bord pour apprendre les principes de la navigation à l'ancienne, pour hisser les voiles et soutenir l'équipage pendant le quart. En revanche, on leur offre l'expérience de voyager sur un voilier cargo et faire partie d'un projet qui œuvre à développer un nouveau mode de transport.

6.3 Les routes

Les routes discutées dans la suite démontreront les différentes possibilités qui sont à disposition. A ce stade rien n'est fixe. Il faut garder une certaine flexibilité dans le choix de nos ports afin de pouvoir accoster aux endroits où se trouve la cargaison. Pour commencer et lancer l'entreprise, il nous faut quand même une route assez précise qui pourra être adaptée au fur et à mesure. On essayera de définir les différentes routes avec tous les avantages et désavantages qu'elles présentent. Les routes peuvent être sélectionnées selon différents critères : la durée du voyage ou l'expansion de l'entreprise. Au début, il est préférable de faire des petits trajets pour montrer au monde notre présence puis au fil du temps, les voyages peuvent être prolongés.

6.3.1 Route 1: France- Corse- Espagne

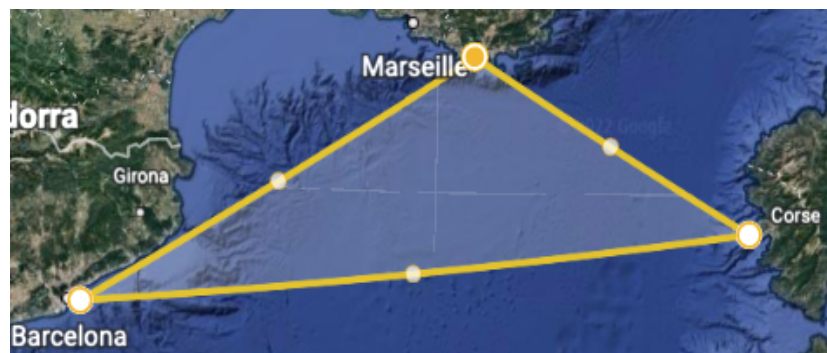


Figure 13: Route 1

Source : Google Earth

Un voyage entre Toulon-Ajaccio-Barcelone fait plus ou moins 620 miles nautiques, donc avec une vitesse de 8kn en moyenne le temps de navigation est de 3 jours 5 heures, arrondi sur 4 jours. Avec une journée dans chaque port cela fait un voyage d'une semaine.

Avantages : Avec des rotations de 7 jours, on se fait remarquer dans les ports. Cela peut augmenter l'intérêt des gens puis qu'ils voient le « nouveau voilier » toutes les semaines dans le port. Ceci serait une belle publicité supplémentaire pour notre entreprise. De plus, en faisant des voyages d'une semaine, on peut accueillir beaucoup de volontaires. Cela va certainement attirer les gens qui n'ont pas assez de temps pour faire un voyage de 3 mois, comme ils le font chez les autres voiliers cargo.

Cette route se trouve d'ailleurs aussi sur des routes maritimes très fréquentées. Les ferries entre le continent français vers les îles comme la Corse et les îles Baléares ou le Nord de l'Afrique croisent notre route. Donc en cas de problèmes majeurs, de l'aide sera relativement proche. (UN environnement, 2017b)

Désavantages : Avec un navire qui aura une capacité de 50t, faire des voyages d'une semaine peut vite mener à une saturation du marché. 15.000 bouteilles de vin (=50t) par semaine semble utopique pour transporter et vendre. Donc soit on fait du cabotage, c.à.d. on longe les côtes en essayant d'aller, chaque jour ou chaque deuxième jour, dans les petits ports pour vendre nos produits, soit on ne remplit pas le bateau à 100% lors de chaque voyage. En faisant du cabotage notre cible s'agrandit parce qu'on accoste dans plusieurs petits ports au lieu d'un seul grand. Ceci permet aussi de trouver plus de fournisseurs ce qui fait augmenter la diversité de nos produits ce qui en revanche rend l'offre plus intéressante.

Autre désavantage est que pendant les mois de juin à août, le vent vient pour la plupart du temps de l'Ouest ou du Nord-Ouest. Sous ces conditions, il y aura de fortes chances qu'on rencontrera un vent de face sur la route entre la Corse et l'Espagne. Ainsi le voyage peut facilement se prolonger plusieurs jours. Même s'il y a du vent à faible vitesse, le voyage peut facilement se prolonger ce qui ferait un désordre dans les réservations des prochains volontaires. Afin d'avoir des marges de manœuvre, on pourra décider qu'entre l'arrivée planifiée et le prochain départ du bateau dans le port d'embarquement, il y aura toujours deux jours libres. Ainsi un retard ne perturbera pas forcément tous les voyageurs suivants.

Exemple : le bateau arrive dans le port d'embarquement le 08.03.2022 et le prochain départ est prévu pour le 11.03.2022, ainsi le bateau sera deux journées entières dans le port ou à l'ancre. Ces deux jours permettront à l'équipage non seulement de se reposer mais aussi de s'organiser pour le prochain voyage.

Une autre chose à laquelle il faut faire attention en planifiant la route est le courant. Sur cette route, on aura presque toujours du courant de travers ou de face qui est très faible : entre 0,5 et 0,8kn selon la saison. (Plaisance Pratique, 2017)

Le port de Toulon (France) est le plus grand port naturel de la côte française. Il est constitué de deux rades : la grande et la petite rade. Le port militaire et la partie commerciale du port sont aménagés dans le nord de la petite rade. Les petites installations navales et commerciales sont installées tout autour. Le vent principal ici est le Mistral qui vient du Nord-Ouest voire Ouest et peut aller jusqu'à la force 11. Les autres vents sont généralement plus faibles et moins fréquents. Les marées sont presque négligeables, on y trouve des « Highest Astronomical Tides » (HAT) de 0,6m et des « Lowest Astronomical Tides » (LAT) de 0,1m. Le courant suit presque toujours la direction du vent et la profondeur maximale est toujours supérieure à 8m. Les pilotes ne sont pas obligatoires pour un bateau inférieur à 45m. La Grande Rade offre également de bonnes zones d'ancrage qui protègent des vents de toutes directions sauf Sud et Sud-Est. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Ce port semble idéal comme point de départ et d'arrivée pour le voilier. La rade offre des places de mouillage ce qui est idéal pour les jours de repos comme indiqué plus haut. Comme Toulon est un grand port commercial avec des ferries qui arrivent des pays non-européens, il y a là une douane où on pourra directement déclarer la marchandise.

Le Port d'Ajaccio se situe dans une baie qui inclut trois bassins du côté Ouest et un port extérieur qui se compose de la partie centrale et Est de la baie. Pendant presque toute l'année, le vent vient d'une direction Nord-Est, sauf en hiver il y a un vent violent de Sud-Ouest. Le courant et les marées sont à nouveau négligeables. Une profondeur sûre est toujours assurée. Le pilotage est obligatoire pour les bateaux de plus de 60m de longueur. Dans le port d'Ajaccio, il y a aussi une base militaire, donc il faut prêter attention à ne pas pénétrer dans les zones interdites. La Baie d'Ajaccio offre de bons endroits de mouillage, mais avec un vent Sud-Ouest ou Est-Nord-Est, il faut s'attendre à une mer agitée. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Le port d'Ajaccio ainsi que celui de Toulon ont donc plus ou moins les mêmes caractéristiques. Avoir de bons endroits de mouillage est important au cas où les frais de ports seraient trop élevés.

Le port de Barcelone est connu pour être le port le mieux équipé de toute la côte espagnole méditerranéenne. Pendant les mois de janvier à mai, les vents viennent entre Nord et Ouest et peuvent être très forts. En général, ils soufflent de la terre vers la mer. Les vents du Sud ou de l'Ouest dominant en été et diminuent après le coucher de soleil. Entre septembre et janvier, le vent peut venir du Nord, de l'Est ou du Sud. Les vents venant de Nord-Est et Sud-Est pendant l'hiver ramènent de la pluie et selon leur force aussi des vagues. Pendant l'hiver, le vent change brusquement dans les alentours du port ce qui peut mener à des « crosswaves » qui sont dangereuses pour les petits bateaux. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Les courants sont variables et peuvent affecter les manœuvres du bateau et les changements du niveau d'eau. Les vents de mer peuvent causer une montée d'eau de 0,9m et le vent de terre diminuent le niveau d'eau de 0,3m. Les marées sont très petites, entre 0,7m pour une HAT et 0,3 pour une LAT. Le port de Barcelone ne pose pas de problème au niveau de profondeur. Le pilotage est obligatoire dans le port et la demande doit être déposée 24h avant d'arriver et 30min avant le départ. De plus tous les bateaux entrant dans le port doivent contacter Barcelona Traffic Coordinator et Barcelona Pilots.(National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

L'endroit de mouillage est seulement protégé des vents de mer et est dangereux pendant l'hiver. Le port de Barcelone semble être plus compliqué pour y faire escale. Un pilote coûte de l'argent et c'est donc peut être mieux de prendre un port qui est un peu plus vers Nord entre Barcelone et Cap Cerbere afin d'en trouver un qui répond mieux à nos besoins. Le port de Palamos p.ex. offre de meilleures conditions de mouillage et les pilotes sont seulement obligatoires pour les bateaux de plus de 500gt ou supérieur à 50m de longueur. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Comme déjà indiqué, ce n'est pas certain que la White Sail Compagnie navigue vers ces ports. Mais c'est déjà bien de savoir que ces ports-là, qui sont des ports de grandes villes, peuvent accueillir notre bateau aussi en cas de détresse. Cette analyse a été faite pour avoir un point de repère, un backup pour le pire des cas.

6.3.2 Route 2 : France-Corse-Sardaigne-Îles Baléares-Espagne

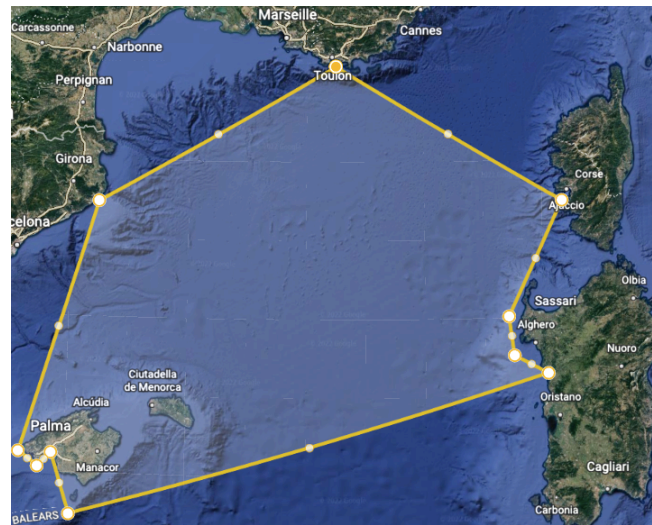


Figure 14: Route 2

Source : Google Earth

Ce tour entre trois îles et 2 pays aura une distance de 850 miles nautiques. Avec une vitesse moyenne de 8kn, le temps de navigation sera de 4 jours et 10 heures, arrondi sur 5 jours. Ce voyage contient cinq ports, donc il faudra compter au moins 5 jours de plus. Ainsi on arrive à une durée de voyage de 10 à 12 jours.

L'avantage de cette route est à nouveau que le voyage est relativement court. Cela permet de changer souvent les volontaires et de se faire reconnaître dans les ports. De plus, on a vu que dans toute cette région de la Méditerranée, il y a une prédominance d'un vent entre Nord et Ouest. Sur ce voyage, un vent entre Nord et Ouest serait même favorable. La goélette a été construite pour justement naviguer proche du vent et attraper le vent dans un petit angle. Cette route offre également une plus grande variété de produits locaux qu'on peut retrouver à ces nouvelles destinations.

Le désavantage pour la Route 2 est le même que pour la Route 1. Toutes les deux sont assez courtes et les chances de vendre chaque 10 jours les 50t de cargaison sont petites. On pourrait donc essayer de vendre les produits dans chaque port de notre voyage et non pas seulement ceux en France. Il faudrait seulement se renseigner sur les autorisations qu'il faut avoir pour pouvoir vendre des produits à l'étranger. Cela sera fait dans le chapitre du « Statut juridique ». Le courant a les mêmes avantages et désavantages que pour la Route 1.

Sur cette route, on intégrera deux nouvelles destinations à savoir le port de Alghero et celui de Palma de Majorque. Sur la côte ouest de Sardaigne, le choix de ports est relativement petit. Le plus grand port de ce côté de l'île est le Porto di Oristano qui semble être trop industriel et loin des villages. Donc ce port ne convient pas à nos besoins. Pourtant le village d'Alghero se trouve dans le Nord-Ouest de l'île et a un petit port qui est accessible aux bateaux de maximum 70m. Les pilotes n'y sont pas obligatoires. Des détails sur le vent et le courant ne sont pas donnés dans le pilot book. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a) On suppose que les conditions seront alors les mêmes que dans les alentours d'Ajaccio à cause de sa proximité géographique.

Le « Puerto de Palma » se trouve sur l'île de Majorque qui est la plus grande des îles Baléares. Pendant l'été le vent vient du Nord-Est ou du Sud-Ouest et pendant l'hiver il vient du Nord-Est ou Nord-Ouest. Les vents du Sud ou Sud-Ouest peuvent provoquer une forte montée du niveau d'eau. Comme pour les autres ports, les courants et les marées n'y sont presque pas apercevables. Une profondeur d'au moins 8 m est assurée dans chaque dock. Les pilotes ne sont pas obligatoires pour les bateaux de moins de 500gt. La profondeur d'eau à l'ancre est de 14 à 20m. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Cette route pourra donc être utilisée après avoir fait la Route 1 pendant quelques mois voire années. La route 2 est en quelque sorte à considérer comme une expansion de l'entreprise.

6.3.3 Route 3 : France- Corse- Sardaigne- Sicile- Crète- (Tunisie)- Gibraltar- Îles Baléares- Espagne

Ce voyage fait 3.500nm et parcourt 5 différents pays. Avec une vitesse moyenne de 8kn, ce voyage prend 18 jours 5 heures et 9 différents ports. Donc il faut calculer que cela prendra plus ou moins un mois pour faire le tour entier. Cette route pourra être proposée au moment où la White Sail Company aura déjà du succès. Elle est, comme la route 2, une ambition future. Pour organiser un tel voyage, il faut avoir de l'expérience pratique sur le terrain.



Figure 15: Route 3

Source : Google Earth

L'avantage de cette route est qu'elle offre une grande variété de produits méditerranéens. C'est un grand voyage donc elle offre aussi un autre sentiment d'aventure aux volontaires par rapport aux routes précédentes. De plus les rotations vont durer un mois donc la probabilité de vendre un maximum de produits est bien plus grande que si on vend les mêmes produits toutes les semaines. La durée du voyage sera plus longue et comme on va charger de la marchandise dans chaque port, la quantité de certains produits sera réduite vu qu'on va transporter plus de produits différents.

Le désavantage est que le vent peut être défavorable à l'approche du détroit de Gibraltar. On a vu que selon la saison, on a soit un vent d'Ouest, soit de d'Est. Donc le vent est soit favorable pour naviguer vers Gibraltar et défavorable lors de la suite du voyage, soit c'est l'inverse et on aura ce même problème dans la Mer de Sicile (cf. Pilot Chart page 21). Il faut en outre prendre en compte la densité du trafic qui peut rendre les manœuvres, pour capturer le meilleur vent, assez compliquées. Cette route se trouve en général en grande partie sur une des principales routes maritimes. (Sanguinetti, 2019)

Le courant va presque pendant toute l'année de l'Ouest vers l'Est, ce qui facilite l'aller vers la Grèce mais compliquera le retour vers Gibraltar. Cependant la force du courant est relativement faible avec un maximum de 0,7kn.(Plaisance Pratique, 2017)

Sur l'île de Crète, il faut choisir un port qui se trouve du côté Nord parce que du côté Sud on ne trouve pas de ports sûrs et les places d'ancrage sont relativement limitées. La côte Ouest est considérée comme dangereuse parce qu'elle est exposée au mauvais temps. Donc les plus grands ports de l'île sont à trouver sur le côté Nord. La partie Nord de l'île se trouve au Sud de l'Égée et donc on y retrouve les mêmes conditions météorologiques. Pendant l'été, le vent de Nord-Ouest crée des conditions de navigation défavorables. La plupart du temps, les vents Sud sont rares pendant l'été mais en hiver ils gagnent de force et peuvent même brusquement changer vers un vent Nord. Le port d'Ormos Soudhas semble être un bon port pour amarrer le voilier cargo. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017b)

Ce port se trouve dans une baie et on le considère comme un des ports le plus sûr et le plus grand dans la partie Est de la Méditerranée. Les vents Nord ne sont pas dangereux dans cette baie parce qu'elle est protégée par le relief. Très souvent le vent à l'intérieur de la baie est différent par rapport à celui à l'extérieur. Il faut prendre le chenal indiqué sur les cartes pour arriver dans le port d'Ormos. Les vents peuvent faire monter le niveau d'eau de 0,4m. La profondeur de l'eau est de 8m. Il y faut prêter attention aux régulations locales comme il y a des installations militaires dans les alentours. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017b)

Chaque navire doit envoyer un message indiquant l'ETA, les détails du navire, l'information sur la cargaison, l'état de santé etc., au port de Chania environ 72h, 48h, 24h, 12h et 6h avant l'arrivée dans le port d'Ormos. Les pilotes ne sont pas nécessaires pour y entrer. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017b)

En Sicile, le Porto Empedocle est un petit port protégé par deux digues. C'est le seul port de la côte Sud de Sicile qui est protégé des vents venant du Sud. Pourtant entrer dans ce port pendant des vents Sud-Est ou Sud-Ouest peut se démontrer comme dangereux. Lors de l'approche vers le port, il faut faire attention à un banc de roches. Pour le reste une profondeur de 9,8m est assurée par un chenal dragué et dans le port la profondeur varie selon le quai mais elle reste entre 7 et 11,5m. Les pilotes ne sont pas obligatoires pour les bateaux de moins de 500gt. Les places de mouillages se trouvent à profondeur de 12m. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Le port de Tunis est facultatif dans le programme. C'est un port qui est en dehors de l'Union Européenne, ce qui signifie qu'il y a d'autres règles d'importation et d'exportation à respecter. Pourtant ce port pourrait être très intéressant pour importer des épices vers la France. Le port de La Goulette est le port extérieur de Tunis. Il est à l'entrée du chenal qui mène vers le port de Tunis même. Le pilot book Pub131 ne donne pas d'indications sur la météo dans cette région. Les pilotes de La Goulette sont obligés d'embarquer sur les bateaux de plus de 100gt. Des endroits de mouillages sont aussi disponibles mais il faut faire attention aux ferries qui croisent le port. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

Le port d'Algeciras peut être intéressant pour arriver au but ultime de la White Sail Company. Le but est de faire des partenariats avec d'autres cargos voiliers, qui pourraient ramener du cacao ou du café de l'Amérique latine vers le port d'Algeciras, pour qu'une partie de leur cargaison y soit chargée sur le voilier de la White Sail Company. Ainsi les autres voiliers repartent pour leur voyage dans le Nord de l'Europe et la W.S.C repart vers la France méditerranéenne. En échange des produits exotiques de l'Amérique latine, on pourrait leur offrir nos produits méditerranéens. Le port dans le détroit de Gibraltar pourrait devenir ainsi un hub, un point de transbordement pour la cargaison transportée à la voile.

Le port d'Algeciras se trouve dans l'ouest de la baie de Gibraltar. Les vents ont très souvent la direction Ouest ou Est. Ceci peut alourdir le chemin d'entrée ou de sortie dans le port. Les profondeurs d'eau sont ne seront pas des problèmes pour notre goélette, elles sont assez élevées pour accueillir les plus gros porte-conteneurs. Les pilotes sont obligatoires pour les bateaux supérieurs à 500gt. Algeciras Traffic est à contacter 1h avant l'arrivée. Les endroits de mouillage sont subdivisés en area dont l'area B est la plus intéressante pour nous puisqu'il y a une profondeur de 10 à 100m. Dans ce port, il est en général conseillé de garder une bonne veille à cause des ferries qui viennent du nord de l'Afrique. (National Geospatial Intelligence Agency, 2017a)

6.4 Autres détails pratiques

Avant de décider définitivement dans quel port on va charger notre cargaison, on doit aller à la recherche de nos fournisseurs locaux. Ceci est un processus qu'on ne peut pas faire via internet. Cette thèse n'est, pour l'instant, donc qu'un plan car il est encore bien trop tôt de contacter ces fournisseurs et de s'engager avec eux.

De plus, afin d'optimiser nos ventes, on peut essayer de faire du cabotage. Comme déjà expliqué à plusieurs reprises, la White Sail Company veut rester flexible et s'adapter aux problèmes qui se posent. Le cabotage est la « *navigaton marchande non loin des côtes* ». (Larousse, 2022c) Ceci permet de vendre nos produits dans une multitude de ports. Le fait d'accoster dans plusieurs ports permet d'accroître le nombre de clients ce qui ne peut être que bénéfique pour notre entreprise.

Comme la goélette aura une capacité de 50t, elle pourra également servir d'endroit de stockage. P.ex. : si on achète 800 bouteilles mais on n'en vend que 500, les 300 bouteilles restantes seront stockées sur le bateau et lors du prochain voyage on n'en achètera moins voire aucune. Si les stocks sont assez remplis, on fera simplement des voyages « touristiques » tout en espérant de vendre quand même un maximum de marchandises. En stockant la marchandise à bord, on est préparé au jour où le succès de l'entreprise augmentera et la demande accroîtra.

7 ÉTAPE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION

« La stratégie de communication est un processus visant à choisir et mettre en œuvre les actions requises pour atteindre les objectifs de communication. » (ManagerGo, 2022) Une stratégie de communication comprend généralement plusieurs points dont une analyse de marché, le choix du public cible, la définition d'objectifs, la conception de l'axe de communication (=les médias), l'élaboration du plan de communication (= mise en place sur le terrain) et la finalisation du budget. (ManagerGo, 2022) D'autres y ajoutent encore une analyse SWOT de l'entreprise elle-même.(Avomarc, 2016)

Commençons par faire une analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) de notre entreprise afin de mieux pouvoir choisir notre méthode de communication par rapport à la concurrence.

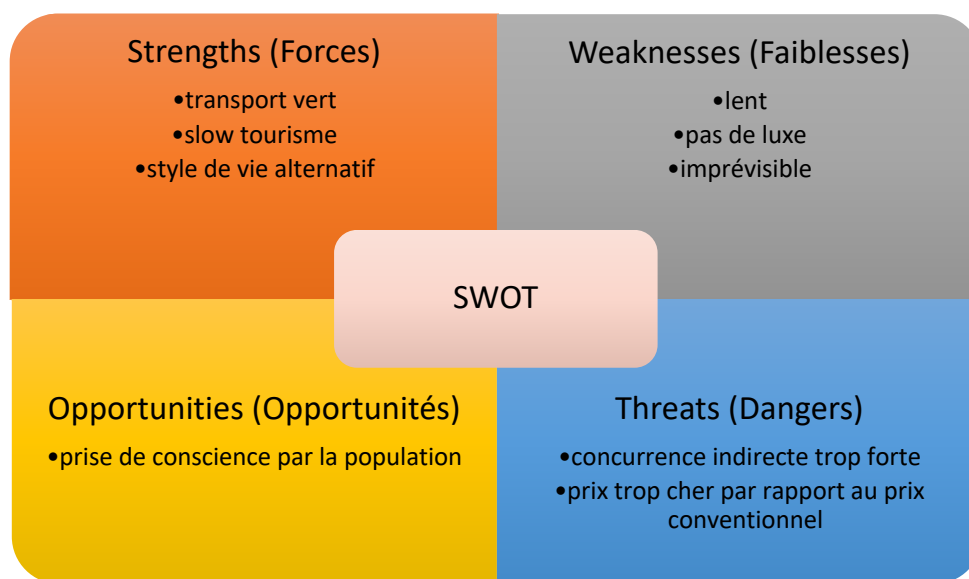


Figure 16: Analyse Swot

Source : Propre Travail

L'analyse du marché pour la stratégie de communication se concentre sur un positionnement concurrentiel. (ManagerGo, 2022) Comme déjà expliqué, il n'existe pas beaucoup d'entreprises dans le monde qui offrent ce service sous ces conditions. Les différentes entreprises déjà présentes sur le marché ne couvrent qu'une petite partie de la demande. De plus il parvient que ces entreprises travaillent ensemble au lieu d'être en concurrence.

Comme déjà analysé, le public cible sont des jeunes de partout qui veulent vivre un style de vie alternatif et qui veulent contribuer à améliorer le monde. Les autres personnes ciblées sont les gens qui vivent proche des côtes méditerranéennes françaises. Ils sont proches des endroits où le bateau va pouvoir amarrer.

La concurrence qui peut nuire le plus à notre entreprise est celle qui offre des produits similaires à prix bas au détriment de la qualité. Il faut donc persuader les clients à travers la communication que cela vaut la peine d'acheter nos produits et les pousser à la prise de conscience pour ainsi changer leur comportement d'achat. Le grand atout de nos produits est qu'ils viennent d'une production durable de haute qualité et sont transportés sur un bateau à basse émission. De l'autre côté, nos petites « croisières » en Méditerranée ne seront peut-être pas si luxueuses par rapport aux autres croisières classiques, mais à travers une bonne communication on espère pouvoir attirer une clientèle qui sera satisfaite avec les standards qu'on est capable d'offrir. En ce qui concerne les entreprises de location de voiliers qui ciblent le même public, il est essentiel d'adapter nos méthodes de communication afin de rester compétitif.

L'objectif de la stratégie de communication est non seulement de se faire connaître partout dans les régions du littoral mais aussi informer nos clients en permanence sur les progrès et les projets de l'entreprise. Pour atteindre ces objectifs il est indispensable d'être présent partout sur les réseaux sociaux.

Dans le monde entier, il y a 4,5 milliards de personnes qui utilisent les réseaux sociaux dont 49,6 millions en France. Des personnes de toutes générations utilisent ces réseaux : 90,4% des personnes nées entre 1981 et 1996, 77,5% des personnes nées entre 1965 et 1980 et 48,2% des personnes nées entre 1946 et 1964. (Urban, 2019) (Mohsin, 2022).

Les réseaux sociaux les plus utilisés en France sont Facebook, YouTube, Messenger et Instagram. 73% des responsables de marketing ont indiqué que le marketing sur les réseaux sociaux est efficace. De plus 54% des consommateurs y recherchent des produits et lors d'une expérience positive avec la marque, ils la recommandent à des proches. (Urban, 2019) Tous ces chiffres montrent donc qu'on peut déjà atteindre un grand public rien qu'avec des vidéos en ligne.

Des petites vidéos publiées sur Instagram et Facebook peuvent être utilisées pour présenter un nouveau produit ou pour donner un aperçu de la vie à bord. Des vidéos YouTube peuvent p.ex. montrer un résumé d'un voyage entier du voilier. Comme cela on tient les gens au courant de la vie quotidienne à bord. Sur YouTube l'intérêt est grand pour des vidéos qui montrent un style de vie différent. Il y a environ 800 chaînes qui parlent de voiliers dont il y en a qui récoltent des millions de vues.(Carey, 2021) Comme ces réseaux sociaux sont tellement populaires, on espère atteindre les prescripteurs, acheteurs et utilisateurs à la fois.

Le but de la White Sail Company n'est ni de devenir YouTuber, ni Influenceur, mais simplement d'attirer des clients qui n'ont pas l'opportunité d'acheter ou de louer un voilier par leurs propres moyens.

Par contre, pour atteindre la partie de la population qui n'est pas présente sur les réseaux sociaux, on va essayer d'organiser de petits événements à chaque fois que le navire rentre dans un port français. La distribution de flyers, la vente de produits ainsi que la dégustation sur place pourraient convaincre les passants de rester avec nous et d'y passer un bon moment. De plus ils auront même la possibilité de passer leur commande pour le prochain voyage. Ainsi on essaie de créer un moment de convivialité, ce qui fait partie de la philosophie du mouvement du cargo à la voile. Construire un lien affectif avec les clients est important pour qu'ils nous restent fidèles et reviennent acheter nos produits. (Draw my economy, 2020) Un client satisfait est la meilleure publicité pour une entreprise.

Le budget pour la stratégie de communication reste à définir une fois le jour venu.

8 ÉTAPE 6 : BUSINESS MODEL

La partie du Business Model comprend plusieurs parties comme les dépenses et les recettes, mais aussi des parties qui ont déjà été élaborées dans cette thèse comme p.ex. les clients, les activités de l'entreprise, la communication etc. Ce chapitre sert donc à donner un aperçu sur les finances de la White Sail Company. Selon Fougeray (2020), il faut avoir deux tableaux des finances dans un business model : « *un tableau sur le chiffre d'affaires minimum espéré* » et un « *tableau sur le plan de financement* ». Pour mieux expliquer les raisonnements derrière les chiffres, on a préféré de faire trois tableaux, le premier étant divisé en deux parties: un pour les recettes, un autre pour les dépenses et un troisième pour le financement.

Commençons donc par les recettes. Les seules recettes dont la White Sail Company dispose sont celles des ventes de nos produits, des paiements par les volontaires et peut-être encore des dons ou des collectes de fonds. Le tableau, ci-dessous, a été fait sur Excel et sert à déterminer le prix de nos produits. Il a été automatisé de sorte que si on diminue, p.ex., le prix des bouteilles de vin, on voit directement si, à la fin de l'année, on a fait un bénéfice ou une perte.

Pour rappel, la White Sail Company va transporter du vin, d'huile d'olive et des épices. Avec un bateau d'une capacité de 50t, comme on a vu dans l'introduction, on peut transporter au maximum 18.000 bouteilles. Le prix psychologique, qu'on a déterminé grâce à notre questionnaire, est entre 5 et 15€ pour une bouteille de l'huile d'olive et entre 15 et 30€ pour une bouteille de vin. Le prix de voyage pour un volontaire sera établi d'une manière à ne pas avoir des dettes à la fin du mois. En général, ce prix varie entre 700€ et 800€ pour un voyage d'une semaine.

Recettes par mois avec des voyages de 7 jours	
Vente de produits (vin+ huile d'olive+ épices en g)	25500
Paiement par les volontaires (6 vol.*4sem)	16800
Dons/ Collectes de fonds	600
Total	42900

Figure 17: Recettes par mois

Source : Propre travail

Regardons de plus près les chiffres indiqués dans le tableau. D'abord il faut savoir que les chiffres indiqués dans ce tableau représentent le minimum de chiffre d'affaires qu'on doit avoir afin de ne pas s'endetter. Comme le tableau a été automatisé, la définition du prix pour arriver à un chiffre positif à la fin de l'année, était facile à calculer. Il fallait seulement faire attention à couvrir toutes des dépenses. Le résultat obtenu en est que la bouteille de vin pourra ainsi être vendue à 18€ et la bouteille d'huile d'olive à 12€. Ces prix respectent les montants maximaux du prix psychologique et restent relativement abordables. En vendant les produits à ces prix-là, on est obligé de vendre au moins 800 bouteilles de vin et 800 bouteilles d'huile d'olive par mois. Sachant que notre bateau à une capacité de plus de 10.000 bouteilles, 1600 bouteilles vendus ne font que 1/5^{ième} de sa capacité. La vente des épices, par contre, peut rapporter jusqu'à 1500€ par mois, si on vend les 100g à 15€. Ce prix dépend bien sûr du type d'épices. À part d'acheter nos produits, les clients auront aussi la possibilité de soutenir notre projet en faisant des dons, ce qui fera un montant moins prévisible.

Durant plusieurs chapitres, on a mis du poids sur l'importance des volontaires à bord et on a précisé à plusieurs reprises qu'ils seront un atout financier.

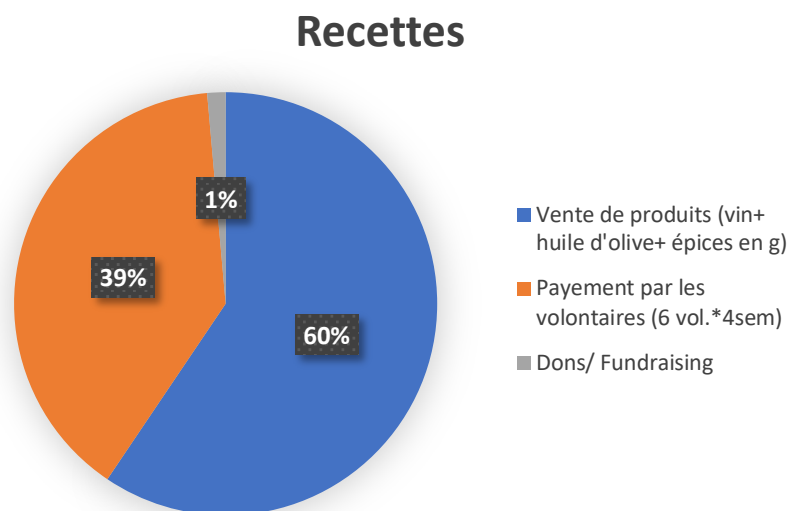


Figure 18: Visualisation de la Figure 17

Source : *Propre travail*

Ce diagramme visualise très bien que les volontaires représentent plus ou moins 1/3 des revenus totaux de l'entreprise. Il faut donc mettre de l'importance sur la communication envers les clients afin d'attirer un maximum de personnes sur notre bateau pour toujours avoir les 6 volontaires nécessaires à bord.

Comme pour le tableau des recettes, le tableau des dépenses sera également calculé par mois. Tout en estimant d'être capable de faire quatre voyages pendant cette période, le tableau se présente comme suit :

Dépenses par mois avec des voyages de 7 jours	
Achats des produits (vin (5,3)**+ huile d'olive+épices)	8540
Nourriture 25€/personne (10)/jour(7)	7000
Eau potable = 0,3cent/l du robinet	3,48
Frais de port (montant à vérifier)	1200
Carburant VLSO (890\$/mt)* 5mt tank	1798,6146
Salaires (smic luxembourgeois= 2140€)	8560
Douane (montant à vérifier)	0
Autres dépenses (marge de sécurité)	500
Total	27602,0946

Figure 19: Dépenses par mois

Source : Propre travail

Concentrons-nous d'abord sur l'achat des produits parce qu'avant de les vendre il faut d'abord les acheter. En général, c'est moins cher si on achète son produit directement chez le fournisseur. Dans le rapport de l'Observatoire Mondial du Rosé de 2019, qui a déjà été cité à plusieurs reprises dans cette thèse, il est indiqué que le prix moyen d'une bouteille de rosé exportée au départ de la cave est de 1,5€ à 5,3€ selon son origine. Comme on a prévu de vendre 800 bouteilles de vin, on est obligé d'en acheter 800. Pour l'huile d'olive, le prix d'achat d'une bouteille sera de 5€, ce qui, selon le Olive Oil Times (2022), est déjà très cher. Les prix entre 3€ et 4€ y sont déjà considérés comme élevés mais comme la White Sail Company veut aussi soutenir l'économie locale et les petites entreprises familiales, on sera prêt à payer 5€ la bouteille. Pour acquérir les épices, on est prêt à investir 300€ au départ, un montant qui peut être facilement adapté à la demande des clients.

Pour l'instant, parler de stock est relativement risqué. Pour avoir un stock, il faudrait acheter plus de marchandises qu'on vend. Ceci pourtant est très dangereux parce que cela veut dire qu'on dépense plus d'argent qu'on gagne. Au début, il est donc très important d'avoir un bon équilibre entre les ventes et les achats. Cet équilibre pourrait être assuré par les clients en faisant des commandes en avance.

Afin d'avoir une idée combien d'argent il faut dépenser pour nourrir l'équipage, on a vérifié notre estimation avec les données de Budget Banque, (2022) qui estime qu'une personne dépense entre 100 et 400€ par mois pour l'alimentaire. 400€ par mois revient à 100€ par semaine, ce qui nous donne 14,2 € par jour. Afin d'avoir une marge de sécurité, on va faire le calcul avec 25€ par personne par jour. 25€ fois 10 membres d'équipage fois 7 jours fois 4 semaines, nous donnent les 7000€ indiqués dans le tableau.

Pour l'eau potable, on a pris les données de Veolia (2022), qui disent qu'en France, le litre d'eau du robinet coûte 0,3 centimes et l'eau en bouteille environ 30 centimes. Comme on va construire un bateau neuf, on suppose que l'eau de terre, stockée dans les tanks du bateau, sera potable. Ici on a procédé de la même façon que pour le prix de l'alimentation. On a multiplié le prix du litre d'eau par 2, chaque personne étant censée boire minimum 2l d'eau par jour. Ensuite on a multiplié ce montant par le nombre de jours et de semaines ainsi que par le nombre des passagers à bord. Une marge de sécurité de 150l par semaine s'avère importante pour les cas d'urgences.

En ce qui concerne les frais de port, ce montant est très difficile à déterminer parce que les prix varient de port en port et les listes des prix sont pour la plupart du temps difficilement compréhensibles. À titre indicatif, on a donc prévu un montant approximatif qu'on sera disposé à payer par mois. Comme on fait trois ports par semaine, 12 par mois, en payant 100€ par port par semaine, on prévoit 1200€ pour cette dépense. Ces frais pourront être évités là où les places du mouillage le permettent.

Le prix du carburant a été déterminé selon les indications de petrolbunkering.com (2022) qui met régulièrement son site à jour. La dernière mise à jour a été faite le 27.04.2022 et indiquait que le prix du VLSO en Méditerranée varie entre 890\$ à Malte et Gibraltar contre 1085\$ en Grèce. Ce prix est indiqué en métrique tonne. Afin d'avoir une idée de la grandeur du réservoir de carburant de notre bateau, on a consulté des voiliers de la même longueur qui possèdent un réservoir de 3000l. (Yachtall, 2022) 3000l de carburant nous font 2,13mt. (Petrol Coverter, 2022). On arrive donc finalement à un prix de 1798,4€ (1\$ = 0,95€ le 27.04.2022)

On payera à notre équipage un salaire luxembourgeois dont le SMIC (salaire minimum interprofessionnel de croissance) s'élève à 2.141€ selon Eurostat (2022). Le montant qu'il faut payer à la douane reste à déterminer. Les lois douanières sont complexes mais c'est aussi un détail qui n'aura pas énormément d'impact sur le bon déroulement de l'entreprise.

Finalement on ajoute encore 500€, si jamais il y a un imprévu. C'est une marge de sécurité ou d'erreur, si la planification a été fautive.

Un aperçu de toutes ces recettes et dépenses sera donné dans le tableau du « Sous-Total » ci-dessous :

Sous-Total		
Total par mois	42900	27602,09
Bénéfice/perte TTC	15297,9054	
Total par ans	514800	331225,13
Bénéfice/perte TTC	183574,86	

Figure 20: Tableau des Sous-Totaux

Source : Propre travail

Ce tableau représente les recettes en vert à gauche et les dépenses en rouge à droite. Si on avait choisi d'autres prix pour le vin p.ex. la case du bénéfice/perte aurait tourné rouge en cas de perte. Toutes les données indiquées dans les tableaux précédents incluent la TVA. Le « Total par an » est simplement le résultat d'une multiplication du « Total par mois » par le nombre de mois d'une année.

Penser qu'un bénéfice de plus de 180.000€ serait beaucoup, est faux, car il faut encore retirer la TVA, l'assurance, l'entretien etc.

Total par ans	
Montant TVA à renversé à l'état par ans	102960,00
Remboursement pour le bateau	24000,00
Assurances	10000,00
Entretien	10000,00
Société de Classification	1000,00
TOTAL	35614,86

Figure 21: Total par ans

Source : Propre travail

Le tableau du financement a été simplifié et on a seulement retenu les déboursements les plus importants qu'il faut faire pendant une année. On s'est concentré sur la TVA qu'il faut payer à l'état après avoir vendu des marchandises. En France, cette TVA est de 20% sur la majorité des ventes, mais de 5,5% sur la majorité des produits alimentaires. (Ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance, 2022). Afin d'être sûr qu'on n'aura pas de problèmes avec les TVA à rembourser, on fera nos calculs avec 20% sur toutes nos transactions. Le montant de la TVA est donc calculé à base de nos bénéfices par an.

Les chiffres du « remboursement du bateau », « assurances » et « entretien » ont été choisis aléatoirement pour donner une idée combien d'argent il nous restera à la fin de l'année. Pourtant ces montants indiquent un prix qu'on sera disposé à payer. Sachant que ces trois sujets vont aussi faire objet des questions lors de l'interview au prochain chapitre, ils n'ont pas beaucoup d'importance pour l'instant. Avec les prix de matières premières qui augmentent constamment ces dernières semaines, il est en plus très compliqué de faire une estimation. Le prix indiqué aujourd'hui ne sera plus forcément le même demain.

Après tous ces calculs, on aura fait un bénéfice de plus ou moins 30.000 euros à la fin de l'année. Cet argent sera mis de côté ou servira comme marge de sécurité, si jamais on aura plus de coûts que prévus ici. Pour les voyages qui durent plus longtemps, les dépenses et recettes ne changeront pas beaucoup dans nos tableaux.

9 ÉTAPE 7 : FORME JURIDIQUE

Comme le titre de ce chapitre le laisse deviner, on va maintenant aborder des problématiques administratives. Étant donné que c'est un domaine complexe qui sort du sujet au niveau maritime, on a décidé de faire une interview avec Monsieur Marc Siuda, travaillant en tant que « Quality Manager » au sein du Commissariat des Affaires Maritimes au Luxembourg. L'organisation de cette interview s'est déroulée via la messagerie du réseau social LinkedIn mais l'interview quant à elle, s'est déroulée par voie téléphonique sur WhatsApp. Une interview en face à face était seulement début Mai, car Monsieur Siuda se trouvait à l'étranger depuis 10 mois. L'interview a donc eu lieu le 19 avril 2022.

Pour la première question, on a demandé **quel type d'entreprise serait le mieux pour ce que nous avons prévu de faire, une SA ou une SARL**. Afin de ne pas paraître incompetent face à notre interlocuteur, on a recherché les différences entre ces deux types d'entreprise avant de commencer l'entrevue. Pour rappel : une SA est une société anonyme qui doit être fondée avec au moins deux actionnaires. Le nombre d'actionnaires peut être illimité. De plus, il faut avoir un capital minimal de 37.000€. Dans une SA, le dirigeant est obligatoirement un salarié. Le fonctionnement de l'entreprise est aussi beaucoup plus complexe à cause des différents organes internes de l'entreprise comme p.ex. le conseil de surveillance et directoire ou le conseil d'administration, un directeur général ou même des directeurs généraux. Dernièrement une SA peut être cotée en bourse. (Le coin des entrepreneurs, 2011)

Une SARL (société à responsabilité limitée) en revanche, n'a besoin que d'une seule personne pour être fondée et ne peut avoir que 100 associés. Il ne faut pas de capital social pour créer une SARL, on peut le faire avec seulement 1€. Le dirigeant d'une SARL n'est pas forcément un salarié, il peut aussi être un travailleur non-salarié. La structure interne d'une SARL est en part contre plus simple. Le gérant est responsable des décisions concernant la gestion tandis qu'une assemblée des associés est responsable des décisions importantes et peut même modifier les statuts. Pour une SARL, il est interdit d'être coté en bourse. Une SARL et une SA doivent toutes les deux payer des impôts sur leurs bénéfices. (Le coin des entrepreneurs, 2011)

Donc en résumé une SARL serait idéale pour une petite entreprise alors qu'une SA serait plutôt pour un grand projet avec beaucoup d'actionnaires. (Le coin des entrepreneurs, 2011)

Lors de l'interview, Monsieur Marc Siuda venait à la même conclusion. Comme la White Sail Company sera une petite entreprise, une SARL conviendrait le plus mieux. De plus, il conseillait d'éventuellement se tourner vers la « House of entrepreneurship » ou la Chambre de Commerce, toutes les deux implémentées au Luxembourg. Elles seraient des spécialistes dans ce domaine, mais selon notre opinion personnelle, faire appel à un spécialiste pour choisir une SA ou SARL part un peu loin et sort du contexte maritime. On va se fixer sur les deux conclusions identiques et décider que la White Sail Company sera donc une SARL.

La deuxième question portait sur **les conditions de l'état pavillon** qui dans ce cas serait luxembourgeois. En général, chaque bateau peut être enregistré au Luxembourg, s'il suit les normes internationales de l'OMI. Monsieur Siuda expliquait de plus que normalement tout commencerait chez les sociétés de classification afin de voir comment l'idée de l'armateur de son bateau conviendrait aux normes de l'OMI. Ensuite, l'armateur prendrait contact avec un chantier naval où il pourrait réaliser son projet selon les directives de la Société de classification. Si toutes les normes sont respectées lors de la construction, le pavillon luxembourgeois accepterait alors le bateau même si c'est un nouveau type de navire, comme notre voilier cargo.

La troisième question était de savoir **quels certificats de l'état pavillon seraient nécessaires pour partir en mer**. Monsieur Siuda a assuré de nous faire parvenir des documents au plus vite lorsqu'il sera de retour à son bureau au Luxembourg. Il affirmait que cette question était liée à la précédente et que ses documents envoyés traiteraient les deux questions.

En avançant dans l'interview, on a demandé si on pouvait prévoir **des financements de la part de l'État luxembourgeois**. Ici on a reçu une réponse claire et nette. Le Luxembourg n'aurait pas de fonds disposés à soutenir le trafic maritime. Comme ce n'est pas une nation maritime comme la France ou la Belgique, investir dans ce secteur ne serait pas bien vu par la population qui verrait tout investissement comme une dépense inutile. Pourtant Monsieur Siuda a affirmé qu'on pourrait quand même s'attendre à une petite aide, étant donné que le Luxembourg est un pays qui encourage les jeunes entrepreneurs et les Start-Up. Dans le cas d'une réalisation de ce projet du transport à la voile, il faudrait alors se tourner vers Luxinnovation.

La cinquième question abordait le sujet **des assurances**. M. Siuda disait qu'assurer le bateau au Luxembourg ne poserait aucun problème puis qu'il y a le « West of England » et le « International Group of P&I Clubs » implémentés dans le pays. Malheureusement cette question sortirait de sa compétence car le commissariat aux affaires maritimes ne serait pas responsable des assurances. D'après lui, le commissariat contrôlerait uniquement si le bateau est assuré ou non. Ainsi on n'a pas pu recevoir une estimation des coûts d'assurances comme il n'y a pas de bateaux pareils enregistrés dans le registre luxembourgeois. On n'a donc pas de références pour comparer deux bateaux afin d'éventuellement recevoir une idée d'une fourchette de prix. Selon notre interlocuteur, il serait probablement plus facile de contacter un armateur sur le terrain.

En parlant de la sixième question, on a remarqué lors de l'interview que c'est un sujet qui, dans son détail, est tellement complexe qu'on devrait déjà faire appel à un spécialiste. On discutait justement de la **TVA**. Selon M. Siuda, chaque entreprise implémentée au Luxembourg devrait payer ses impôts à l'État luxembourgeois. « *Même si tout le monde pense qu'on est un paradis fiscal, il y a quand même des impôts à payer* », expliquait Siuda et continuait « *mais vu le nombre d'entreprises au Luxembourg, je suppose que le montant ou pourcentage à payer n'est pas énormément élevé* ».

Le montant à payer dépendrait du résultat du bilan de l'entreprise, c'est-à-dire que si on faisait beaucoup de bénéfice, on devrait alors payer plus d'impôts. En ce qui concerne la TVA à payer des produits vendus, les choses se compliqueraient. Siuda affirmait que jadis la TVA aurait été à payer à l'État du pays où l'entreprise avait son siège social mais que depuis un certain temps les règles auraient changé. De nos jours la TVA devrait être payée dans le pays où on aurait son activité. Dans notre cas, cela voudrait dire qu'on serait obligé de payer la TVA en France et que si on vendrait nos produits ailleurs, comme en Espagne ou en Italie, on serait, selon Monsieur Siuda, aussi obligé d'y payer une TVA. La TVA suivrait les directives européennes mais serait un sujet complexe qui partirait hors du contexte maritime, si l'on cherchait à aller au fond du détail. Ce sujet vaudrait mieux être discuté lui aussi avec un armateur ayant de l'expérience.

De plus, en ce qui concerne la TVA, il faudrait faire attention aux différentes réglementations locales. Monsieur Siuda expliquait qu'en Méditerranée, malgré les directives européennes, les Espagnols et les Grecs auraient des réglementations régionales. Il continuait avec l'exemple des yachts à louer, immatriculées au Luxembourg, qui navigueraient autour des îles Baléares, mais qui auraient encore besoin d'autorisations spéciales pour être louées.

Enfin, il indiquait que les règles de la TVA pourraient aussi dépendre de la façon dont on navigue, si on faisait du cabotage ou si on partirait en haute mer. À la fin, on est revenu à la conclusion que ce sujet serait complexe et qu'il vaudrait mieux en parler avec un spécialiste.

Après avoir clarifié le problème de la TVA, on continuait avec la question sur des licences pour vendre. Très vite on a remarqué que la question était mal posée. Dans ce cas il faudrait plutôt parler d'**autorisation de commerce**. Monsieur Siuda développait que même avant même l'achat d'un bateau, qui serait utilisé à des fins commerciales, il faudrait déjà avoir une telle autorisation. Cela veut dire qu'un futur armateur devrait d'abord fonder son entreprise pour devenir une entreprise maritime agréée avec un dirigeant qui pourrait être, soit une personne morale, soit une personne physique. Seulement après avoir accompli toutes ces démarches, on pourrait légalement faire construire le bateau. En plus de posséder une autorisation de commerce luxembourgeoise, il faudrait aussi avoir les autorisations locales.

La huitième question était censée couvrir le sujet de **la douane**, mais comme l'État pavillon n'a rien à faire avec la douane, M. Siuda ne pouvait pas nous fournir plus de détails. Les seuls conseils de sa part étaient que les « Guichets Uniques ³⁵ » pouvaient être utiles pour répondre à des questions pareilles.

Finalement, la dernière question parlait de **l'armement et de l'équipement**. Selon Monsieur Siuda, il serait important de respecter le « safe manning » à bord d'un navire. En général, ce serait le devoir de l'armateur de proposer le nombre de personnes qui travailleraient à bord, puis ce serait à l'État pavillon d'accepter cette proposition. Comme on avait déjà une vision claire de l'équipage, on lui a fait la proposition verbale d'un capitaine, d'un cuisinier, d'une personne par mâât ainsi que de six volontaires.

Suite à cette proposition, la première chose que notre interlocuteur voulait savoir, était, si on avait aussi prévu un moteur à bord. Avec notre réponse affirmative, il remarquait qu'avec un bateau à moteur, il faudrait obligatoirement avoir un mécanicien au sein de l'équipage. Ce serait un détail important à ne pas oublier. Puis, en parlant des volontaires, il nous affirmait que ces derniers ne feraient pas partie du « safe manning », ce qui est assez logique vu qu'ils ne possèdent ni certificats, ni expérience. Comme ils ne seraient que des volontaires, ils auraient aussi le droit de refuser de travailler. Il faudrait donc être sûr de pouvoir manœuvrer le bateau sans leur aide. De plus, il faudrait toujours bien faire attention à respecter la « Maritime Labor Convention ».

Après avoir terminé l'interview sur cette question, on a fait un débriefing durant lequel on a encore abordé un autre sujet. Ayant eu l'opinion personnelle que sur un bateau sous pavillon luxembourgeois, les marins recevraient un **revenu** luxembourgeois, M. Siuda m'a expliqué, que de manière facilitée, on pourrait le voir ainsi, mais que le salaire pourrait aussi dépendre de la nationalité du marin et des différents contrats collectifs à bord. Il donnait ensuite l'exemple d'une entreprise bien connue, où les marins de différentes nationalités gagneraient des salaires différents.

35 Déf.: « Point d'accès à des produits et services de plusieurs ordres de gouvernement, regroupés en fonction d'un même type d'usagers ou d'un même secteur d'activité. » (Thésaurus de l'activité gouvernementale, 2022)

À la fin de l'interview, il m'a promis que, lors de son retour, il enverrait des textes et des documents sur les conditions de l'État pavillon ainsi que les certificats nécessaires. L'interview en entier a duré environ 55 minutes.

On conclut que, même si on n'a pas toujours reçu des réponses très concrètes, comme par exemple sur la question des assurances, où on s'attendait à recevoir un montant exact ou une fourchette dans laquelle on se trouve, on connaît maintenant les administrations responsables qui peuvent nous fournir les réponses nécessaires. De plus, on a remarqué au fur et à mesure de l'interview que presque chaque question posée pouvait être un sujet pour un nouveau mémoire mais partirait trop loin et serait hors sujet, si elle était élaborée dans cette thèse où on voulait rester dans un contexte maritime.

10 CONCLUSION

Revenons, pour conclure, à la question de base : Est-ce que c'est possible de transporter des marchandises à la voile en Méditerranée ? Et si oui, comment ?

Pour trouver une réponse à cette question, on a abordé différents sujets et on a fait différentes analyses. Pour savoir si cela vaut la peine de faire de la voile, la première chose à faire est d'analyser les cartes de pilotage pour avoir une vue globale des vents dans l'endroit en question. De plus, il fallait réfléchir sur la conception du bateau, trouvant des solutions au potentiel absentéisme de vents et à la chaleur estivale. Par la suite, d'autres analyses ont dû être faites pour savoir si la population est intéressée au transport à la voile et dans quel marché on aimerait s'implanter. Des stratégies de communication et de commerces ont été développées ainsi qu'une hypothèse du revenu minimum espéré, afin d'être capable de répondre à la question de base. L'interview à la fin aidait entre autres de savoir si juridiquement on rencontrera des problèmes lors de la création et l'exploitation de l'entreprise.

En se basant sur toutes ces recherches, on peut finalement constater que le transport maritime à la voile en Méditerranée est faisable. Il faut seulement, comme partout, s'adapter à son environnement. Une bonne étude et connaissance des vents est primordiale pour arriver à bon ports. Les vents en Méditerranée sont régionaux et variables. Les plus connus sont le Mistral, la Tramontane, le Ponant, le Levant, le Libeccio, le Marin, le Grec et le Sirocco. Et si jamais le vent en haute mer ne sera pas suffisant, le bateau sera équipé d'un moteur pour éviter de soumettre la cargaison et l'équipage dans des conditions d'extrême chaleur. En ce qui concerne le bateau, il sera également équipé d'une chambre frigorifique ce qui permet de garder la température idéale pour transporter du vin et d'huile d'olive. Ainsi on a opté pour un bateau du type d'une goélette ou yawl, dont la principale différence est dans la position du grand mat. Ce type de bateau correspond à nos besoins car, avec une prédominance d'un vent Nord- Ouest en Méditerranée, il va souvent falloir naviguer près du vent. De plus ce type de bateau a déjà montré sa polyvalence dans le passé et nécessite un petit équipage professionnel, donc le choix du type était relativement évident.

Même l'histoire de l'antiquité nous montre que le transport à la voile en Méditerranée était possible et avec les requis de nos jours pour protéger la mer, ce mode de transport est à prendre sérieusement en considération.

À travers notre analyse du marché, on a pu découvrir les différents types de concurrence auxquelles on va faire face. Mais on a également constaté que cette niche du marché est tellement peu développée que même s'il y a une autre entreprise qui serait là avant nous ou qui viendrait après nous, on devrait la considérer comme un partenaire et pas comme un concurrent parce qu'on partage les mêmes valeurs.

La stratégie commerciale, qui a été développée par la suite, démontrait le potentiel de vente du vin et de l'huile d'olive dans le bassin méditerranéen. La France, l'Espagne et l'Italie sont très forts dans la production, la vente, les importations et les exportations de vin et d'huile d'olive. C'est donc évident que la White Sail Company essaiera de transporter des produits dont la demande est relativement élevée. Puis on a procédé à définir le titre/statut des personnes qui vont voyager avec nous. Selon la définition, le titre de volontaire est le plus précis.

Dans le même chapitre, on a planifié les routes tout en prêtant attention au vent et aux différentes étapes de développement et d'expansion de l'entreprise. La première route, est une route en forme de triangle. On part de la France vers la Corse et vers l'Espagne. Cette route aura une durée de plus ou moins une semaine. La deuxième route commence en France et passe par la Corse vers Sardaigne, puis les îles Baléares. En passant par le continent espagnol, on rentrera en France. Ce voyage durera environ 10 à 12 jours. La troisième et dernière route inclut non seulement la route 2 mais également la Sicile, la Grèce, la Tunisie et Gibraltar. Comme c'est un grand voyage, on calcule plus ou moins un mois pour parcourir cette route. Toutes ces routes sont modifiables et ne consistent en aucun cas d'un plan définitif.

En continuant le schéma d'établir un plan d'entreprise, la stratégie de communication était incontournable. On y a démontré pourquoi les réseaux sociaux peuvent devenir la voie de communication principale mais on a aussi décidé de ne pas seulement se concentrer sur la communication digitale. On mettra également du poids sur la distribution de flyers et on essaiera de créer un lien affectif avec les clients en organisant des petits événements lors de l'arrivée du bateau dans le port.

Le chapitre du business model a aidé à avoir une idée de la partie financière de ce projet. Les vins seront donc vendus à 18€ la bouteille et l'huile d'olive à 12€ la bouteille. Pour voyager une semaine à bord de notre voilier, un volontaire doit payer entre 700 et 800€.

La dernière partie de cette thèse traitait la forme juridique de l'entreprise et d'autres formalités administratives. Une interview a été faite avec Monsieur Marc Siuda, Quality Manager dans le Commissariat des Affaires Maritimes au Luxembourg. Le choix entre une entreprise sous forme d'une SA ou d'une SARL, était vite fait. Une SARL conviendrait le plus au projet d'une petite entreprise.

Avec ces sept étapes, on a donc démontré que le transport à la voile Méditerranée est possible. Les prochaines étapes maintenant seraient de trouver des financements, de se mettre sur une table avec une Société de classification et puis procéder aux plans de construction du bateau. Pendant ce temps-là, il faut essayer de faire connaissance avec des fournisseurs motivés pour fournir des produits écologiques.

Pour finir, une petite anecdote personnelle : D'où vient le nom « White Sail Company » ? Sans doute, j'ai été inspiré par le nom de « Blue Schooner Company » mais je voulais éviter de reprendre le mot « bleu » ou « vert » dans le nom. Le mot « vert » a entretemps trop de connotations négatives. Je ne voulais pas que les gens entendent notre nom et pensent directement à des mots comme « greenwashing ». C'est donc pour cette raison que j'ai préféré le mot « white » parce que c'est une couleur qui est véritablement propre. Donc le nom de notre premier bateau sera probablement « White Whale ». Ce nom indique la propreté de l'entreprise et son respect envers la nature et l'environnement.

11 ANNEXE I

Échange Email/ WhatsApp avec le cofondateur Jeff Lebleu :

L'intégralité est disponible sur demande

(...) No problem, you can use our name and send your questions. :

- (...) We have 2 concerns: the winds and the cargo. 2 main routes: European coastal trading during the summer, we go where the cargo is: loading in Portugal and unloading in Northern Europe: France, England, Holland. In November we start the Atlantic crossing, we basically follow the winds, clockwise around the Atlantic. This coincides with loading cargo in the Caribbean, Colombia, Mexico, and in the Azores on the way back.
- The shipper is our Company, the owner and charterer of the boat is our company, brokerage we do partly ourselves, and partly New Dawn Traders. Customers we try to work with various organizations, to limit the risks (this winter for instance we have no less than 8 clients for our cargoes. Suppliers, we work with small producers, whom we are sure have high ethics
- It hasn't happened yet
- This year after 3 years of existence, and having loading our first cargo in November 2018 we break even, with a small profit.
- We work a lot with our friend and broker New Dawn Traders, and together at the moment we are formalizing the Sail Cargo Alliance, which so far is not an official organization.
- Yes, there is so far very little cargo from Northern Europe to Portugal, and from Europe to the Caribbean. It is still to be developed
- We work with very selective brokers, like New Dawn Traders, or we select the cargo ourselves, with very severe criteria about organic methods and ethical way of production. NGO are also very helpful, like in Colombia where we do not always have the time to go and meet personally the producers. Our own Blue Schooner Company coffee, for instance, is selected by (...) who helps an association of 18 families producing coffee in Colombia

- To get the best prices for everyone we try to do as much preorders as we can. And sometimes we take risk and buy more cargo than ordered, so far, we never had issues selling it.
- Not really, it is just a question of time and money. For the next ships we want to build (400 tons capacity) it will be a different story, this is why right from the beginning of the design we chose the classification society and get them involved very early in the design process. Flag also.
- we export as well, for instance salt and olive oil to the Caribbean, and actively searching cargoes to fill up the ship for the export. (...)

(...) We want another ship like Gallant for now, to be able not to refuse clients anymore (the coming winter we could have filled up 3 times Gallant ..) And we are designing a 400 ton/596 cubic meters capacity ship. (...)

(...) yes, we try to share a lot, but obviously we all have different characters. :-) which makes cooperation more or less successful. (...)

(À propos de TOWT) (...) On ne travaille plus avec eux, ils ont été de simples clients à une époque. Ce ne sont en aucun cas des affréteurs, juste des intermédiaires entre un producteur et un client

(...) oui c'est assez nébuleux, car en fait ce sont des appellations à géométrie variable.

Un affréteur, ça peut être pour tout ou partie d'un bateau. Mais quand il s'agit de quelques kilos sur une capacité de plusieurs dizaines de tonnes, on ne parle pas d'affréteur, mais plutôt de client, ou de chargeur.

Chez nous, le bateau m'appartient jusqu'à cette année (maintenant notre profil financier a évolué et a meilleure mine aux yeux des banquiers), et la BSC avait donc un contrat d'affrètement coque nue avec moi, ce qui fait que BSC était affréteur/armateur, transporteur et aussi broker car nous prospectons nous même pour une partie de nos marchandises (...).

(...) Alors, nous pouvons embarquer 19 personnes, c'est vrai. Cependant quand on parle d'équipage, ce sont les marins professionnels, composé de 4 personnes, ensuite nous embarquons jusqu'à 12 stagiaires payant, et 3 marins professionnels stagiaires en formation. Dans la réalité nous naviguons avec entre 5 et 12 personnes maximum. (...)

(...) En ce moment nous sommes en restructuration, nous évoluons vers une société coopérative, car cela correspond à notre conception du type de gouvernance et notre culture coopérative. Ensuite c'est un schéma assez classique, avec des investisseurs qui soit entrent au capital en prenant des parts sociales, et donc deviennent partie prenante des décisions (une personne = une voix) soit qui investissent sous forme de titres participatifs, qui ne représentent pas une entrée au capital de la société, mais génèrent davantage de revenus. (...)

La suite de la discussion a eu lieu sur WhatsApp. Disponible sur demande.

12 ANNEXE II

Point de contact dans la compagnie Grain de Sail est Madame Faustine Langevin, ancienne étudiante à la HZS, actuellement second officier sur le navire de Grain de Sail. Elle faisait partie de l'équipage qui faisait le premier transatlantique en 2020 avec le GdS. La conversation se déroulait sur WhatsApp et sera disponible sur demande.

13 ANNEXE III



Figure 22 : Différentes Mers en Méditerranée

Source :Wikipédia, 2022

13 ANNEXE IV

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc4h3QZbMfgdkhGOgXYATtQ8rzO2UHjm8-23XqijAYhcx_DrA/viewform?usp=sf_link

14 ANNEXE V

14.1 Pyrénées Orientale

~~Cerbère~~ ;
Banyuls-sur-Mer ;
~~Port Vendres~~ ;
Collioure ;
Argelès-sur-Mer ;
Elne ;
Saint-Cyprien ;
Canet-en-Roussillon ;
Sainte-Marie-la-Mer ;
~~Torreilles~~ ;
Le Barcarès.

14.2 Aude

Leucate ;
Port-la-Nouvelle ;
Gruissan ; → capitainerie
Narbonne ;
~~Floury~~.

14.3 Hérault

Vendres ;
Valras-Plage ;
Sérignan ;
~~Portiragnes~~ ;
Vias ;
~~Agde~~ ;
Marseillan ;
~~Sète~~ ;
Frontignan ;
Villeneuve-lès-Maguelone ;
Palavas-les-Flots ;
~~Mauguio~~ ;
~~La Grande Motte~~.

14.4 Gard

Le Grau-du-Roi.

14.5 Bouches Du Rhône

Saintes-Maries-de-la-Mer ;
~~Arles~~ ;
Port-Saint-Louis-du-Rhône ;
Fos-sur-Mer ;
Port-de-Bouc ;
Martigues ;
~~Sausset-les-Pins~~ ;
Carry-le-Rouet ;
Ensues-la-Redonne ;
~~Le Rove~~ ;
Marseille ;
Cassis ;
La Ciotat.

14.6 Var

Saint-Cyr-sur-Mer ;
Bandol ;
Sanary-sur-Mer ;
Six-Fours-les-Plages ;
Saint-Mandrier-sur-Mer ;
La Seyne-sur-Mer* ;
Ollioules ;
Toulon ;
~~La Garde~~ ;
Le Pradet ;
~~Carqueiranne~~ ;
Hyères ;
~~La Londe-les-Maures~~ ;
Bormes-les-Mimosas ;
Le Lavandou ;
Le Rayol-Canadel-sur-Mer ;
Cavalaire-sur-Mer ;
~~La Croix-Valmer~~ ;
Ramatuelle ;
Saint-Tropez ;

Gassin ;
 Cogolin ;
 Grimaud ;
 Sainte-Maxime ;
 Roquebrune-sur-Argens ;
 Fréjus ;
 Saint-Raphaël.

14.7 Alpes maritimes

Théoule-sur-Mer ;
 Mandelieu-la-Napoule ;
 Cannes ;
 Vallauris ;
~~Antibes~~ ;

Villeneuve-Loubet ;
 Cagnes-sur-Mer ;
 Saint-Laurent-du-Var ;
 Nice ;
~~Villefranche-sur-Mer*~~ ;
 Saint-Jean-Cap-Ferrat ;
 Beaulieu-sur-Mer ;
 Èze ;
 Cap-d'Ail ;
~~Principauté de Monaco~~ ;
 Roquebrune-Cap-Martin ;
~~Menton~~.

Les noms barrés sont les communes dont je n'ai pas pu trouver un adresse mail ni d'autres moyen pour les rejoindre.

De plus le questionnaire a été envoyé à la Chambre de commerce de Toulon, Cambusa en France et le port de Gruissan.

15 BIBLIOGRAPHIE

Aegean Cargo Sailing. (2022). Aegean Cargo Sailing. Consulté à l'adresse <https://aegeancargosailing.org/>

Alertes-Meteo. (2019). Vent de terre et vent de mer. Consulté le 11 février 2022, à l'adresse https://www.alertes-meteo.com/divers_pheno/vent_terre.htm

ARTEde. (2022). *Segel setzen, Zeichen setzen | ARTE Re*: Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=hpbzWp-gyZk>

Aviso+. (2000). Tides around the world. Consulté le 16 février 2022, à l'adresse <https://www.aviso.altimetry.fr/en/applications/ocean/tides/tides-around-the-world.html>

Avomarc. (2016). *Développer sa stratégie de communication*. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=qgOP1XhQRcU>

Blue Schooner Company. (2020a). Caractéristiques. *Blue Schooner Company*. Consulté à l'adresse <https://blueschoonercompany.com/fr/le-navire/>

Blue Schooner Company. (2020b). Photos. *Blue Schooner Company*. Consulté à l'adresse <https://blueschoonercompany.com/fr/galerie/>

Blue Schooner Company. (2020c). Home. *Blue Schooner Company*. Consulté le 20 novembre 2020, c à l'adresse <https://blueschoonercompany.com/>

Bourlingue et Pacotille. (2022). Produits – fret à la voile · économie sociale et solidaire · culture. Consulté à l'adresse <https://bourlingueetpacotille.com/index.php/produits/>

Bpifrance Création. (2022). Benchmark : Comment analyser vos concurrents ? Consulté le 25 février 2022, à l'adresse <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/benchmark-comment-analyser-vos-concurrents>

Brigantes. (2021). Home. *Brigantes*. Consulté le 12 octobre 2020, à l'adresse <https://www.brigantes.eu/de/>

Brigantes. (2022). Home | Brigantes. Consulté le 8 février 2022, à l'adresse <https://brigantes.eu/>

Brown L., J. (2022). Empathy Mapping : A Guide to Getting Inside a User's Head | UX Booth. Consulté à l'adresse <https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/>

Budget Banque. (2022). Budget alimentation, comment le réduire ? Célibataire, Couple et Famille. *Budget Banque*. Consulté le 27 avril 2022, à l'adresse <https://www.budgetbanque.fr/budget/budget-alimentation-comment-reduire-celibataire-couple-et-famille>

Businesscoot. (s. d.). Le marché des épices—France | Businesscoot. Consulté le 7 mars 2022, à l'adresse <http://www.businesscoot.com/fr/etude/le-marche-des-epices-france>

Cambusa. (2014 2020). Avviso Informativo Cambusa FR.pdf. Consulté le 15 mars 2022, à l'adresse <https://www.cambusa.eu/wp-content/uploads/2021/06/Avviso-Informativo-Cambusa-FR.pdf>

Carey, E. (2021, 10 mars). YouTube's Sailing Stars. *Cruising World*. Consulté le 25 février 2022, à l'adresse <https://www.cruisingworld.com/story/people/youtube-sailing-stars/>

Carre, N. (2015). Etude de Marché. Consulté à l'adresse https://dordogne.cci.fr/wp-content/uploads/2015/07/Cci.fr_2015_Page_Etude-de-votre-march%C3%A9.pdf

CCI Business Builder. (2022). Faire une étude de marché avant de lancer son entreprise. Consulté le 2 mars 2022, à l'adresse <https://business-builder.cci.fr/guide-creation/letude-de-marche>

Clarke, J. (2005). Including the Caribbean & Mediterranean, 81.

Conseil Interprofessionnel des vins de Provence. (2019). *Les vins de provence, Les chiffres utiles de 2019*.

Darbouret, A. (2022, 7 janvier). La Méditerranée : Une mer en danger ? *ID4D*. Consulté le 22 février 2022, à l'adresse <https://ideas4development.org/mediterranee-mer-rechauffement-climatique/>

Delhaize. (2020). Huile d'olive | Huiles et vinaigres | Epicerie salée | delhaize.be. Consulté le 4 décembre 2020, à l'adresse <https://www.delhaize.be/fr-be/shop/Epicerie-salee/Huiles-et-vinaigres/Huile-d-olive/c/v2SALOILOLI>

Delhaize. (2021). Prix du café dans un magasin Delhaize. Consulté le 19 mars 2021, à l'adresse <https://www.delhaize.be/fr-be/shop/search?q=cafe:relevance:isBio:true&sort=relevance&text=cafe&pageNumber=0>

Donald S., J., & Nurminen, J. (2009). *Die Grosse Geschicht der Seefahrt*.

Draw my economy. (2020). *Comment Réaliser Une Super ÉTUDE DE MARCHÉ ?* Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=O3AuybxMGCI>

Eurostat. (2022). Home—Eurostat. Consulté le 27 avril 2022, à l'adresse <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>

Fair Transport Report.pdf. (s. d.).

Fairtrade International. (s. d.). Fairtrade International. *Fairtrade International*. Consulté le 6 novembre 2020, à l'adresse <https://www.fairtrade.net/standard/aims>

Fairtransport. (2022). Tres Hombres—Fairtransport. Consulté le 29 avril 2022, à l'adresse <https://fairtransport.eu/tres-hombres/>

Fnac. (2022). Petit Glossaire de la Voile, 10.

Fougeray, H. (2020). Comment faire un business plan? Consulté le 8 novembre 2021, à l'adresse <https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/astuces-entrepreneurs/comment-faire-business-plan/>

France 3. (2020a). *Le retour marine marchande à voile ?* Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=jMPGdW8NZvw&ab_channel=France3PaysdeLaLoire

France 3. (2020b). *Les Sables d'Olonne : L'escale de la goélette De Gallant, remplie de marchandises.* Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=jG9769seBQs&feature=emb_title&ab_channel=France3PaysdeLaLoire

Fratelli Carli. (2019). Conservation Huile d'Olive : Les Astuces. Consulté le 18 février 2022, à l'adresse <https://www.oliocarli.fr/magazine/connaitre-huile-olive/conservation-huile-d-olive>

Géoconfluences. (2021). Climat méditerranéen. Terme, . Consulté le 16 février 2022, à l'adresse <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/climat-mediterraneeen>

Grain de Sail. (2021a). L'entreprise—Grain de Sail. Consulté le 13 mars 2021, à l'adresse <https://graindesail.com/fr/content/21-notre-entreprise>

Grain de Sail. (2021b). Notre voilier cargo Grain de Sail—Transport maritime décarboné. Consulté le 13 mars 2021, b à l'adresse <https://graindesail.com/fr/content/14-notre-voilier-cargo-grain-de-sail>

Grain de Sail. (2021c). Nos valeurs—Grain de Sail. Consulté le 18 mars 2021, c à l'adresse <https://graindesail.com/fr/content/28-nos-valeurs>

Grain de Sail. (2021d). Grain de Sail—Nos chocolats. Consulté le 19 mars 2021, d à l'adresse <https://graindesail.com/fr/3-chocolat>

Grain de Sail. (2021e). Magasins. Consulté le 19 mars 2021, e à l'adresse <https://graindesail.com/fr/magasins>

Grain de Sail Q&A. (2021). Foire aux questions—Grain de Sail. Consulté le 20 mars 2021, à l'adresse <https://graindesail.com/fr/content/27-foire-aux-questions>

Grain de Sail Youtube. (2021). *Transat 01—Episode 9—Météo et stratégies.* Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=7HTlYkVKTVM&ab_channel=GraindeSail

Guedama, J. (2020). Comment séduire ses lecteurs pour les inciter à acheter ? Consulté le 2 mai 2022, à l'adresse <https://www.webmarketing-com.com/2019/12/05/96929-comment-seduire-lecteurs-inciter-acheter>

Houbre, F. (s. d.). Comment faire de l'achat en gros pour de la revente ? Consulté à l'adresse <https://businessdynamite.xyz/dropshipping/fournisseur-produits/faire-achat-en-gros/>

Hurford, H. (2020, 9 juin). Sail Cargo in the 21st Century. *EcoClipper*. Consulté à l'adresse <https://ecoclipper.org/News/sail-cargo-in-the-21st-century/>

Infolabel. (2019, 30 avril). Fairtrade. *Fairtrade*. Consulté le 6 novembre 2020, à l'adresse <https://www.labelinfo.be/fr/label/fair-trade-fairtrade>

International Chamber of Commerce. (2021). Ex Works. *Incoterms Explained*. Consulté le 4 décembre 2020, à l'adresse <https://www.incotermsexplained.com/the-incoterms-rules/the-eleven-rules-in-brief/ex-works/>

Journaldunet. (2019). Prix psychologique : Définition, traduction et synonymes. Consulté le 25 mars 2022, à l'adresse <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1198013-prix-psychologique-definition-traduction-et-synonymes/>

La revue du vin de France. (s. d.). Les grandes règles de conservation du vin. *La Revue du vin de France*. Consulté le 18 février 2022, à l'adresse <https://www.larvf.com/,les-grandes-regles-de-conservation-du-vin,10356,1104963.asp>

Larousse, É. (2022a). Définitions : Goélette - Dictionnaire de français Larousse. Consulté le 17 février 2022, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/go%C3%A9lette/37408>

Larousse, É. (2022b). Définitions : Bénévole - Dictionnaire de français Larousse. Consulté le 8 mars 2022, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/b%C3%A9n%C3%A9vole/8738>

Larousse, É. (2022c). Définitions : Cabotage - Dictionnaire de français Larousse. Consulté le 29 avril 2022, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/cabotage/11906>

Le coin des entrepreneurs. (2011, 10 octobre). Les critères pour choisir entre une SARL ou une SA. *Le coin des entrepreneurs*. Consulté le 20 avril 2022, à l'adresse <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/sarl-ou-sa/>

Le Robert. (2022). halle—Définitions, synonymes, conjugaison, exemples | Dico en ligne Le Robert. Consulté le 2 mars 2022, à l'adresse <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/halle>

Lebleu, J. F. (2020, 14 novembre). Détails de la compagnie.

Lindt. (2021). Chocolat Lindt. Consulté le 19 mars 2021, à l'adresse <https://www.lindt.fr/shop/nos-produits/tablettes>

Linternaute. (2022). Passager : Définition simple et facile du dictionnaire. Consulté le 8 mars 2022, à l'adresse <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/passager/>

Lupieri, S. (2021, 4 mars). Towt, Zéphyr et Borée, Neoline... Le fret à voile largue les amarres. *Les Echos Executives*. Consulté le 2 avril 2021, à l'adresse <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0610453043755-towt-neoline-zephyr-et-boree-le-fret-a-voile-largue-les-amarres-342513.php#Xtor=AD-6000>

ManagerGo. (2022). Définir une stratégie de communication et la mettre en place. Consulté le 25 février 2022, à l'adresse <https://www.manager-go.com/marketing/strategie-de-communication.htm>

Mayer, N. (2022). Définition | Climat méditerranéen | Futura Planète. *Futura*. Consulté le 16 février 2022, à l'adresse <https://www.futura-sciences.com/planete/definitions/climatologie-climat-mediterraneen-16806/>

Météo France. (2022). Les vents régionaux méditerranéens—Tempêtes en France métropolitaine. Consulté le 11 février 2022, à l'adresse <http://tempetes.meteo.fr/spip.php?article220#grec>

Ministère de la Transition écologique et solidaire & Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. (2020). Plan actions protection cetaces. Consulté le 18 mars 2022, à l'adresse https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/DGALN_plan-actions-protection-cetaces_web.pdf

Ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance. (2022). Quels sont les taux de TVA en vigueur en France et dans l'Union européenne ? Consulté le 29 avril 2022, à l'adresse <https://www.economie.gouv.fr/cedef/taux-tva-france-et-union-europeenne>

Mohsin, M. (2022, 11 janvier). Top 10 Chiffres Réseaux Sociaux France à retenir en 2022. Consulté le 25 février 2022, à l'adresse <https://www.oberlo.fr/blog/chiffres-reseaux-sociaux>

National Geospatial Intelligence Agency. (2017a). *Sailing Directions Pub 131 Western Mediterranean*.

National Geospatial Intelligence Agency. (2017b). *Sailing Directions Pub 132 Eastern Mediterranean*.

Nautal Smart Sailing. (2016). Rapport sur le secteur de la location de bateaux en Europe Nautal 2016.pdf. Consulté le 2 mai 2022, à l'adresse <https://cdn.nautal.com/blog/wp-content/uploads/sites/2/2016/10/19150429/Rapport-sur-le-secteur-de-la-location-de-bateaux-en-Europe-Nautal-20161.pdf>

Nautilus International. (2012). *FAIR TRANSPORT: A proposal for raising standards and recognising good practice* (p. 16). Consulté à l'adresse https://www.nautilusint.org/globalassets/public-resources/pdfs/fair_transport_report.pdf

NDR Doku. (2018). *Neue Abenteuer vom Frachtsegler | Doku | die nordstory | NDR*. Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=_VSZsMEUmuw&ab_channel=NDRDoku

Neoline. (2021). The project. *NEOLINE*. Consulté le 2 avril 2021, à l'adresse <https://www.neoline.eu/en/the-project/>

New Dawn Traders. (2020, 20 mai). New Dawn Traders. Consulté le 2 décembre 2020, à l'adresse <https://www.facebook.com/NewDawnTraders/>

Olive Oil Times. (2022). Les prix de l'huile d'olive ont atteint leur plus haut niveau en deux ans en Espagne—Olive Oil Times. Consulté le 25 avril 2022, à l'adresse <https://fr.oliveoiltimes.com/business/olive-oil-prices-hit-two-year-high-in-spain/92103>

Passion Terre. (2022). Le Slow Tourisme. *Voyages Passion Terre*. Consulté le 22 février 2022, à l'adresse <https://passionterre.com/slow-tourisme/>

Petrol Coverter. (2022). Petrol Converter. *The Calculator Site*. Consulté le 27 avril 2022, à l'adresse <https://www.thecalculatorsite.com/conversions/substances/petrol.php>

petrolbunkering.com. (2022). Price information. *PBT International N.V.* Consulté à l'adresse <https://pbt-international.com/price-information/>

Piriou. (2022a, 12 janvier). PIRIOU signe avec TOWT. *Piriou*. Consulté le 20 février 2022, à l'adresse <https://www.piriou.com/piriou-signes-avec-towt/>

Piriou. (2022b, 15 février). GRAIN DE SAIL SIGNE AVEC PIRIOU LE CONTRAT DE CONSTRUCTION DE SON PROCHAIN VOILIER CARGO « GRAIN DE SAIL 2 ». *Piriou*. Consulté le 20 février 2022, à l'adresse <https://www.piriou.com/grain-de-sail-signes-avec-piriou-le-contrat-de-construction-de-son-prochain-voilier-cargo-grain-de-sail-2/>

Plaisance Pratique. (2017). Pilot Charts. Consulté le 9 février 2022, à l'adresse <https://www.plaisance-pratique.com/IMG/pdf/pilotCharts.pdf>

Planetoscope. (2019). Statistiques : Production d'huile d'olive dans le monde. Consulté le 7 mars 2022, à l'adresse <https://www.planetoscope.com/Commerce/1244-production-d-huile-d-olive-dans-le-monde.html>

RTBF.be. (2021). Un fût de 50 litres de bière = 192 ou 168 verres de 25 cl ? On a testé. *RTBF*. Consulté le 19 mai 2022, à l'adresse <https://www.rtbf.be/article/un-fut-de-50-litres-de-biere-192-ou-168-verres-de-25-cl-on-a-teste-10855445>

Sail 420. (s. d.). Vent et relief. Consulté le 2 mai 2022, à l'adresse http://sail420.chez.com/vent_et_relief.htm

Sanguinetti, J. (2019, 26 décembre). Les ports en méditerranée : Un élément moteur de l'économie. *Corse Matin*. Consulté le 1 novembre 2021, à l'adresse <https://www.corsematin.com/articles/les-ports-en-mediterranee-un-element-moteur-de-leconomie-97797>

SAS, D. C. N. (2022). Température de l'eau de la mer méditerranée—Carte en temps réel et températures mois par mois. *ÇaBaigne.net*. Consulté le 20 février 2022, à l'adresse <https://www.cabaigne.net/mers/mediterranee/>

Sitevi. (2019). Panorama de la filière olive en quelques chiffres. Consulté le 7 mars 2022, à l'adresse <https://www.sitevi.com/SITEVI/Actualites-du-SITEVI/Chiffres-cles-de-la-filiere-olive>

Statista. (2020). Cruise industry passengers per year. *Statista*. Consulté le 22 février 2022, à l'adresse <https://www.statista.com/statistics/385445/number-of-passengers-of-the-cruise-industry-worldwide/>

Teknotik Technique Nautique. (2016). *Great Ships The Schooners*. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=mFZpHXKSBO0>

Thalassa. (2020). *Thalassa REPLAY - De Noirmoutier à Oléron*. Consulté à l'adresse <https://www.france.tv/france-3/thalassa/2078093-de-noirmoutier-a-oleron.html>

Thésaurus de l'activité gouvernementale. (2022). Fiche du terme : Guichet unique - Thésaurus de l'activité gouvernementale. Consulté le 19 mai 2022, à l'adresse <https://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=6285>

Timbercoast. (2022). HOME - Timbercoast. Consulté le 29 avril 2022, à l'adresse <https://timbercoast.com/en/>

TOWT. (2021, 17 mars). TOWT obtient le label Le Havre Smart Port City. *TOWT*. Consulté à l'adresse <https://www.towt.eu/towt-obtient-label-havre-smart-port-city/>

True Sailor. (2018). Echelle de Beaufort | Météo | Apprendre à faire de la voile by True Sailor. Consulté le 25 mars 2022, à l'adresse <https://truesailor.com/apprendrelavoile/coursdevoile/meteo-marine/echelle-beaufort.php>

UN environment. (2017a). La Convention de Barcelone et ses Protocoles | UNEP MAP. Consulté le 23 février 2022, à l'adresse <https://www.unep.org/unepmap/fr/who-we-are/barcelona-convention-and-protocols>

UN environment. (2017b). Maritime transport | UNEP MAP QSR. Consulté le 21 février 2022, à l'adresse <https://www.medqsr.org/maritime-transport>

Urban, P. (2019). Generation X Overlooked for Career Advancement at Work. *AARP*. Consulté le 25 février 2022, à l'adresse <https://www.aarp.org/work/working-at-50-plus/info-2019/gen-x-missing-job-promotions.html>

Veolia. (2022). Votre eau, vos euros : L'eau potable dit tout sur son prix | Activité Eau Veolia France. Consulté le 27 avril 2022, à l'adresse <https://www.eau.veolia.fr/soif-deconomies/votre-eau-vos-euros-leau-potable-dit-tout-sur-son-prix>

Vivino. (2021). How much does a good bottle of wine cost? *Vivino*. Consulté le 19 mars 2021, à l'adresse <https://www.vivino.com/wine-news/how-much-does-a-good-bottle-of-wine-cost>

Voyageons-autrement. (s. d.). Slowtourisme—Définitions, actualités et ressources sur le Slow tourisme. Consulté le 22 février 2022, à l'adresse <https://www.voyageons-autrement.com/index/slowtourisme/>

Wikipedia. (2021a, 18 septembre). Ketch. *Wikipédia*. Consulté à l'adresse <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Ketch&oldid=186422256>

Wikipedia. (2021b, 21 septembre). Navigation dans l'Antiquité. *Wikipédia*. Consulté à l'adresse https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Navigation_dans_l%27Antiquit%C3%A9&oldid=186503085

Wikipédia. (2022, 22 février). Mer Méditerranée. *Wikipédia*. Consulté à l'adresse https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Mer_M%C3%A9diterran%C3%A9e&oldid=191288625

Wolf, M. (2020, 21 novembre). Le voilier cargo Grain de Sail part pour son premier trajet vers l'Amérique. *La Relève et La Peste*. Consulté à l'adresse <https://lareleveetla peste.fr/le-voilier-cargo-grain-de-sail-part-pour-son-premier-trajet-vers-lamerique/>

Yachtall. (2022). Voilier à vendre—Neufs ou d'occasion sur Yachtall. Consulté le 27 avril 2022, à l'adresse <https://www.yachtall.com/fr/voiliers?lngf=28&lngt=35>

ZDF. (2014). 624 *Energiewende Planet e Rückenwind für Frachtsegler Teil 1 von 3 Mit Wind stat Öl schiffen*. Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=i-tKuSBOsA8&ab_channel=LudgerWinter

Zéphyr & Borée. (2021). Ariane 6—Zéphyr & Borée. Consulté le 2 avril 2021, à l'adresse <https://zephyretboree.com/ariane-6/>