

Portraits

Claire Fontaine parle du rapprochement de Fontaine Pajot et de Dufour, de La Rochelle, de valeurs et de passion de la voile.

Sensations

« Un bateau qui gîte est un bateau vivant, qui procure des sensations et du plaisir. On fait du près, on barre, on prend des embruns et la mer comme elle est ».

Nouveautés

Le Dufour 530 a été développé sur la base architecturale de la gamme Performance, sa coque de véritable racer a été conçue pour vous offrir des sensations extrêmes.

Gamme

Retrouvez toute la gamme DUFOUR en page centrale, le Manifesto de la marque ainsi que l'interview d'Umberto Felci l'architecte.

Numéro 1
Janvier 2020



DUFOUR

Le journal

L'ultime plaisir de naviguer. Depuis 1964.

— INSTINCTIVE SAILING —
Edition exclusive



- p2. Valeurs
- p3. Sensations
- p4. Chiffres
- p5. Ambitions
- p6. Gamme



À vous de vivre l'océan, à vous de suivre votre instinct.

VALEURS



Claire Fontaine a l'expérience qui sied aux dirigeants, mais elle est restée une navigatrice dans l'âme, une passionnée. Elle parle peu de son passé, s'attarde naturellement sur les nouvelles ambitions du groupe, mais aussi sur ce que doivent être les qualités d'un voilier.

Page 2

SENSATIONS

Chez Dufour, nous avons envie de réaffirmer combien le monocoque est passionnant et attirant, d'assumer pleinement sa personnalité et en particulier la gîte. Nous considérons que la gîte est importante, elle différencie le monocoque du multicoque, elle est la signature, la personnalité, une belle expérience. Un bateau qui gîte procure des sensations, du plaisir. Peu importe la taille. C'est un bateau souvent plus petit, que l'on utilise sur des sorties plus courtes qu'en catamaran de croisière, et davantage en Bretagne qu'aux Antilles. On fait du près, on barre, on reçoit des embruns, ce n'est pas juste de l'hédonisme.

Page 3



Claire Fontaine

Une histoire rochelaise



PORTRAIT

Son curriculum vitae sur l'eau est impressionnant. Elle a découvert la voile très jeune, grâce à des parents épris de nature et de grands espaces : « ils avaient fait le tour de la France sur un canoë indien. Dès que j'ai eu 5 ans, ils m'ont appris à pagayer. Ensuite, on a ajouté une voile, j'ai appris la voile comme ça, toute seule, c'est vite devenu une passion. »

Elle a couru pendant plus de vingt ans en 470 et suivi trois préparations olympiques, dont deux avec Jean-François Fontaine, qui deviendra son mari. Après les Jeux olympiques de 2000, elle est nommée directrice de l'Équipe de France de voile, à charge pour elle de redorer le blason des Bleus. « Je me suis consacrée à cette mission avec une très forte motivation, je voulais absolument rapporter des médailles, l'objectif était ancré dans ma tête. Ce furent huit ans d'énergie, mais huit années passionnantes. »

La mission sera couronnée de succès. Aujourd'hui, très attachée à la ville qu'elle avait choisie pour la voile, Claire Fontaine préside aux destinées du Groupe Fontaine Pajot avec sa passion toujours présente. « J'ai besoin de la mer, j'adore la marche dans l'eau, le paddle, le canoë, le Laser... Je navigue aussi régulièrement en sillonnant le monde, c'est toujours magique de découvrir de nouveaux petits endroits où l'on se retrouve seul au monde. C'est pour moi également une façon de rencontrer les propriétaires et d'écouter leurs attentes. »

Claire Fontaine a l'expérience qui sied aux dirigeants, mais elle est restée une navigatrice dans l'âme, une passionnée. Elle parle peu de son passé, s'attarde naturellement sur les nouvelles ambitions du groupe et sur ce que doivent être les qualités d'un voilier.

Nous sommes un groupe familial.

Quelles raisons ont présidé à ce rapprochement avec Dufour ?

C'est une longue histoire. Lorsque nous avons créé Fontaine Pajot, Dufour était déjà une marque historique, emblématique, représentative de La Rochelle, y compris sur le plan culturel et social. Quarante ans plus tard, ce rapprochement n'est ni anodin ni banal. Si je remonte plus loin, quand nous sommes, Jean-François et moi, arrivés à La Rochelle pour la compétition, La Rochelle était déjà un endroit phare en France. Dufour était la marque locale. C'est une anecdote mais nous avons beaucoup navigué dans les Caraïbes et en Méditerranée. Quand nous croisons des bateaux, je remarque toujours les Dufour. Ils ont toujours eu cette élégance. Quand l'opportunité de reprendre ce chantier s'est présentée, il y avait aussi une histoire rochelaise qui nous rapprochait. Nous avons un vrai attachement à notre ville, notre région, et à la France. Tous nos sites de production sont ici et cela a du sens pour nous.

Quels sont vos objectifs ?

Il est évident qu'il y a des synergies à développer dans les deux sens, entre les chantiers Fontaine Pajot et Dufour. Dufour est une entreprise incroyable, mythique pour les amoureux de la voile, de notre génération mais aussi pour les plus jeunes. C'est une marque transgénérationnelle. Elle possède un réel savoir-faire et des valeurs humaines exceptionnelles. Nous sommes un groupe familial, et donc écrire en parallèle l'histoire des deux entreprises dans les prochaines années, est un très beau challenge. Nous devons capitaliser sur cet ADN, et sur les Hommes et les Femmes d'aujourd'hui pour mener à bien les enjeux de demain.

Écrire en parallèle l'histoire des deux marques est un très beau challenge.

Et quelles sont vos ambitions ?

Au niveau géographique, les forces des deux marques vont se compléter. Dufour est très bien implantée en Europe du Sud, en Méditerranée notamment. Nous avons beaucoup à gagner à travailler avec le Groupe. Les histoires des deux entreprises sont différentes mais vont se nourrir mutuellement. Je pense à l'innovation, au développement. Dans les équipes, nous avons des gens qui nous accompagnent depuis longtemps, nous aimons inscrire nos collaborations dans la durée, nous intégrons aussi de nouvelles forces vives, c'est très important à nos yeux.

Qu'est-ce qui rapproche les deux marques ?

Nombreux sont ceux qui, dans nos équipes, naviguent, c'est ce que nous avons en commun. Nous sommes des marins, et nous faisons des bateaux pour des marins. Nous avons toujours voulu des bateaux rapides, performants, élégants et confortables. Nous voulons continuer à faire des voiliers pour ceux qui apprécient de naviguer, qui veulent des qualités marines, tout en profitant de la vie à bord avec de beaux volumes.



La gîte provoque de belles sensations...

Romain Motteau, directeur général délégué du groupe Fontaine Pajot, ex-champion du monde en catamaran de sport, nous parle de l'avenir de Dufour. Ce passionné de voile nous explique aussi sa vision enthousiaste du monocoque.

Une belle idée du bateau

« Michel Dufour avait une belle idée du bateau, il a rendu la pratique accessible, notamment en termes de prix. Il voulait faire naviguer tout le monde, et aujourd'hui cette marque conçoit et fabrique des bateaux élégants, jolis à regarder parce que notre designer italien est très talentueux. La trajectoire de la marque n'a pas été très simple ces dernières années, son intégration dans le groupe Fontaine-Pajot est un signal fort pour l'avenir. »

Une nouvelle phase

« On passe d'une culture très « produit », nous faisons les bateaux comme s'il s'agissait des nôtres, à la volonté de délivrer une vraie expérience client globale qui va de cette phase d'achat qui nécessite de l'écoute et de l'accompagnement, jusqu'à la livraison avec un bateau conforme, complet, en passant par un Service Clients performant partout dans le monde. »

Le monocoque est passionnant

« Chez Dufour, nous avons envie de réaffirmer combien le monocoque est passionnant et attirant, d'assumer pleinement sa personnalité et en particulier la gîte. Nous considérons que la gîte est importante, elle différencie le monocoque du multicoque, elle est la signature, la personnalité, une belle expérience. Un bateau qui gîte procure des sensations, du plaisir. Peu importe la taille. C'est un bateau souvent plus petit, que l'on utilise sur des sorties plus courtes qu'en catamaran de croisière, et davantage en Bretagne qu'aux Antilles. On fait du près, on barre, on reçoit des embruns, ce n'est pas juste de l'hédonisme. On prend la mer comme elle est, même froide, c'est plus sportif. C'est du plaisir engagé, ce sera ce aussi la singularité de Dufour. On va retrouver la sensation, on vit une vraie expérience de réconnection à la mer et à la nature. »

La suite de l'histoire

« Les monocoques sont aujourd'hui un moyen pour découvrir la voile avec un budget raisonnable, c'est un message que nous envoyons aux nouvelles générations qui peuvent imaginer posséder un voilier. Nous avons aussi envie de re-magiquer la propriété. Nos concessionnaires présents dans le monde entier s'occupent de tout, posséder un bateau, c'est aussi beaucoup de plaisir et de nouvelles façons de naviguer tournées vers l'inspiration, les sensations, le groupe, la convivialité. »

Romain Motteau

La voile d'aujourd'hui

La mer et la liberté

« La mer est encore un espace de liberté. On loue un bateau, on part en groupe, on vit des expériences. Beaucoup d'europeens vont aujourd'hui en Croatie et profitent de la voile d'une façon différente, beaucoup plus festive. Les anglais, les suédois, mais aussi beaucoup de nouveaux venus de l'Europe de l'est adorent ça. La fête est passée de la plage aux bateaux, c'est la voile d'aujourd'hui. »

Investir dans la qualité

« Même si c'est assez convenu de dire cela, notre ADN est le respect du produit et du propriétaire. Nous sommes là pour délivrer de la qualité et du service. Un voilier est un produit noble, les collaborateurs Dufour le savent. Le soin et l'engagement qu'ils mettent dans la fabrication de nos bateaux est clairement un atout. Nous avons travaillé sur l'aménagement des ateliers, pour l'efficacité, ainsi que pour les personnes qui travaillent. Nous avons optimisé la supply-chain également. »

En interne, nous avons beaucoup investi. Nous avons redéfini tout le processus industriel pour produire de la qualité dans les délais prévus et par respect des propriétaires qui nous accordent leur confiance. En parallèle, nous faisons des efforts en direction des concessionnaires pour améliorer l'expérience client, et nous avons créé un nouveau service après-vente. »

Ambitions internationales

Les voiliers Dufour naviguent sur toutes les mers du globe. Leurs lignes sont immédiatement reconnaissables comme le rappelle Claire Fontaine. Plus de 25 000 bateaux ont été construits depuis 1964. En 2019, les ambitions internationales de la marque sont plus fortes que jamais et l'appartenance au groupe Fontaine Pajot est un signal fort. Amaury de Beaucorps nous en dit plus.

Amaury de Beaucorps

La fidélité à la marque et un rayonnement mondial



Qu'attendent les Propriétaires d'un DUFOUR ?

Ce qui intéresse les passionnés, c'est l'association du savoir-faire français et de l'esthétique italienne et un bel équilibre entre confort et performance. Notre architecte Umberto Felci navigue très souvent. Notre collaboration est étroite et fait partie de nos points marquants, avec notre savoir-faire « Made in France » !

Quels sont les enjeux de demain ?

Poursuivre l'internationalisation de notre réseau. Rendre l'achat et la propriété faciles et accessibles. Améliorer notre parcours Client, de l'accompagnement dans la configuration de son voilier jusqu'à la mise en main et les points services. Séduire et atteindre aussi une clientèle plus jeune. Les « quadras » et « quinquas » ont de nouveaux modes de vie avec une ouverture sur la nature, la mer. La notion de groupe est importante pour eux. C'est aussi un peu l'état d'esprit de nos équipes !

Quelles sont vos ambitions ?

Dans la stratégie qui a été présentée à notre réseau, il y a plusieurs axes. D'abord maintenir nos marchés européens forts, c'est-à-dire la France, l'Italie, la Croatie. Ensuite nous souhaitons nous développer à l'international et notamment hors Europe. C'est important pour nous, pour des raisons de croissance et parce qu'il y a une vraie demande. Un des marchés visés est celui des USA qui représente un potentiel énorme, très concurrentiel mais sur lequel nous avons des ambitions. Nous y retrouvons beaucoup de passionnés avec toute forme de programmes de navigation. Nous travaillons pour répondre au mieux aux spécificités de chacun de nos marchés. Notre progression passera aussi par le développement du réseau au niveau mondial. La réussite internationale est importante stratégiquement pour Dufour dans le sens où nous avons encore de très belles opportunités de croissance.

Quels sont les atouts de Dufour ?

Le charisme, une belle histoire, un ADN très fort, un vrai caractère comme certaines marques de voiture. Performance, qualité, modernité sont les trois piliers fondateurs de notre ADN. Son entrée au sein du groupe Fontaine Pajot est déjà un véritable levier en termes d'image de marque. C'est un signal supplémentaire de confiance. Et chaque nouvelle unité en est une preuve. Notre force est aussi l'attachement et la fidélité de notre réseau de concessionnaires, tous passionnés et professionnels. Leur contribution est essentielle dans le rayonnement de Dufour.

Quel est votre nouveau modèle ?

La nouveauté 2020 est le DUFOUR 530. Je définirais ce nouveau modèle par sa versatilité. Il se décline en plusieurs versions pour répondre à tous les usages possibles d'un voilier. C'est véritablement comme si nous sortions trois nouveaux modèles. La version « Easy » a été dessinée pour les Propriétaires en recherche de simplicité. Elle présente un roof dégagé de tout encombrement avec des manœuvres rapportées sur les hâtures. Elle répond aussi aux besoins de nos sociétés charter, pour une clientèle peut-être un peu plus festive, et en groupe. La version « Ocean », s'adresse aux propriétaires ayant des programmes de navigations variés, avec un plan traditionnel, avec les manœuvres de drisses et le chariot de grand-voile sur le roof et les manœuvres d'écoutes sur les hâtures. La version « Performance » séduira les régatiers. C'est un voilier sophistiqué, efficace et beau.

D'autres objectifs exports ?

Le second axe de développement est le marché asiatique. Japon et Chine font naturellement partie de nos opportunités de développement. Nous sommes présents au salon de Singapour. Il y a évidemment la Nouvelle-Zélande, l'Australie, la Malaisie, et l'Amérique du Sud. Nous avons des marges de progression très motivantes.

En Méditerranée ?

L'Espagne est également dans mon esprit, tout comme l'Italie, pays avec lequel nous entretenons un lien fort au travers du design. Plus globalement, nous travaillons sur cette ouverture en construisant un véritable réseau avec l'appui de notre Directeur Export Nikola Krasic. Les premiers retours sont encourageants. Cela nous permet aussi de nous rapprocher de tous nos Propriétaires.

Quelles sont les attentes des propriétaires anglais ?

Ce n'est pas une généralité mais globalement des bateaux plus grands. Le premier 60 pieds partira sans doute là-bas.

Ambition qualité

L'amélioration continue est le cap industriel que s'est fixé le groupe Fountaine Pajot. Le projet NOVA, d'amélioration continue de la qualité, fait ainsi partie des actions mises en place après l'intégration de la marque DUFOUR au sein du Groupe. Les objectifs étant de préparer l'avenir, et de donner un nouvel élan au chantier.

« C'est un projet technique et humain qui s'appuie sur l'amélioration des conditions de travail de tous les salariés », précise Frédéric Aguiar qui en porte la responsabilité et qui connaît parfaitement les rouages de la Marque : « NOVA concerne toutes les équipes de nos différents sites, et donne les moyens à tous ceux qui produisent d'améliorer la qualité globale. Nous sommes partis des contrôles qualité, des retours du Service Clientèle et avons ensuite établi un plan d'action qui concerne toutes les étapes de la fabrication. Toute la mécanique globale de la production doit être réglée comme une horloge. Voilà la mission. »

Comment cela se traduit-il sur le terrain ?

Le principe est simple : nous avons formé l'équipe NOVA sur tous les postes et la méthodologie. Ensuite cette équipe est allée vers tous les postes : des outillages aux lignes de fabrication. Le but est de rendre le quotidien plus facile, d'apporter de l'efficacité qui améliore aussi les conditions de travail. Nous avons beaucoup agi sur l'ergonomie, l'aisance. Le projet global est d'optimiser la qualité, d'augmenter la production, sans augmenter la charge de travail. Tout est une question d'anticipation.

Comment procédez-vous ?

Nous avons tout d'abord réalisé des investissements importants : la Direction nous a donné de nouveaux moyens conséquents, et a insisté sur l'amélioration des conditions de travail et de sécurité, des cadences de productions plus cohérentes, de la formation, et l'augmentation du nombre d'opérateurs sur chaque phase si nécessaire. Nous avons intensément travaillé sur l'équilibrage des charges. Sur la coordination des métiers : plombiers, menuisiers, électriciens qui doivent agir ensemble et être en phase. C'est le cœur de NOVA : le projet d'amélioration industrielle.

Comment ce processus a-t-il été vécu en interne ?

Le retour est très positif et nous percevons rapidement les améliorations. Il y a une véritable adhésion au projet et un partage des objectifs.



Ambitions industrielles

Dessiner un nouvel avenir pour DUFOUR nécessitait aussi une forte ambition en termes de production et d'encadrement. Le chantier vient de recruter un nouveau directeur industriel de site qui rejoint donc un Comité de Direction composé aujourd'hui de quatorze membres. Organe essentiel du pilotage de la stratégie de l'entreprise, c'est aussi un lieu d'échange et de réflexion pour partager les informations stratégiques entre tous les services et pour remonter les informations liées à l'activité industrielle et commerciale. L'amélioration des process et la qualité sont les deux objectifs de cette incroyable équipe qui a accompagné les grandes étapes du chantier et qui s'investit sur l'avenir.

Raphael Lebreton

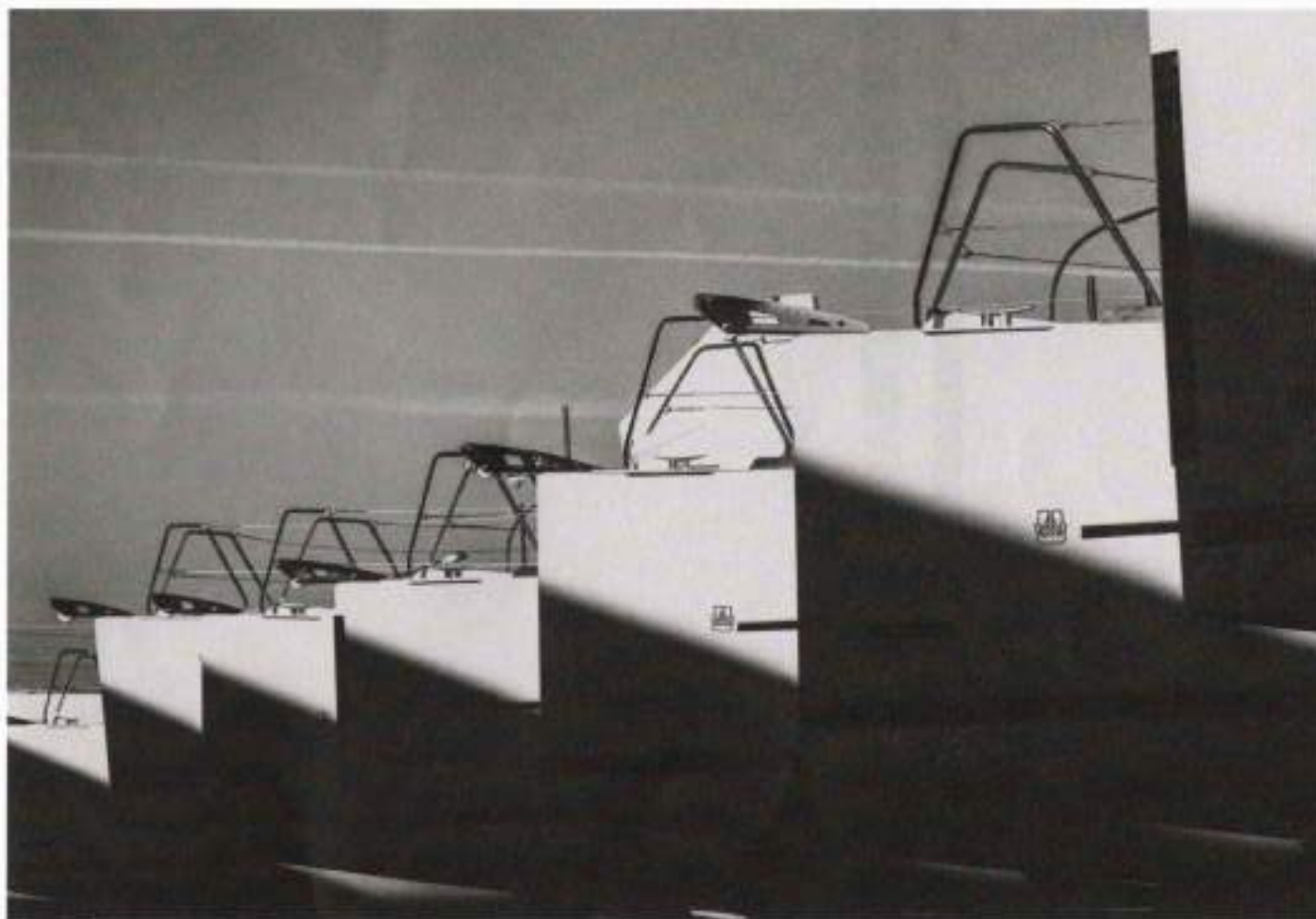
L'amélioration continue.

De quel univers professionnel venez-vous ?

Mon expérience est industrielle. Sur des directions de production, des directions de supply-chain (chaîne logistique), des directions d'industrialisation et notamment dans la fabrication des trains pour Alstom.

Vous arrivez chez Dufour, pouvez-vous nous expliquer votre mission ?

Ma mission est de veiller à construire des voiliers de la qualité attendue par le propriétaire, dans les délais et au coût prévu. Tout ceci en respectant et en améliorant l'environnement de toutes les personnes qui prennent part à la fabrication. Mes missions sont axées sur la performance opérationnelle du site. Je vais piloter les services production, les services méthodes, l'ensemble de ce que l'on appelle le QHSE, qualité/hygiène/sécurité et environnement, le socle pour travailler sereinement.



Qu'est-ce qui vous a motivé chez Dufour ?

Ma motivation est liée aux choix d'organisation industrielle : prendre la responsabilité d'un site de production, avec tous les leviers de décision pour aller chercher la performance : production/méthode/qualité/supply chain. Évidemment, le voilier est une motivation supplémentaire. Nous réalisons des produits qui font rêver. C'est un challenge très fort, car on parle d'unités dont le prix est accessible mais important et le niveau d'engagement de la marque doit être à la hauteur. Le respect des attentes du client doit être extrêmement fort. Cette responsabilité me stimule beaucoup. Enfin, l'équipe dévouée a su me donner envie et l'appartenance au groupe Fountaine Pajot est un honneur.

Dufour Journal - Janvier 2020 - © Tous droits réservés

Directeur de Publication : Nicolas Gardes

Rédacteur en chef : Hélène de Fontarieu

Crédit Photos : Dufour

Illustrations : Vicky Royer

Réalisation : Agence Codezero

Impression : IRG

Sur papier Coral Book.



" Best boats "

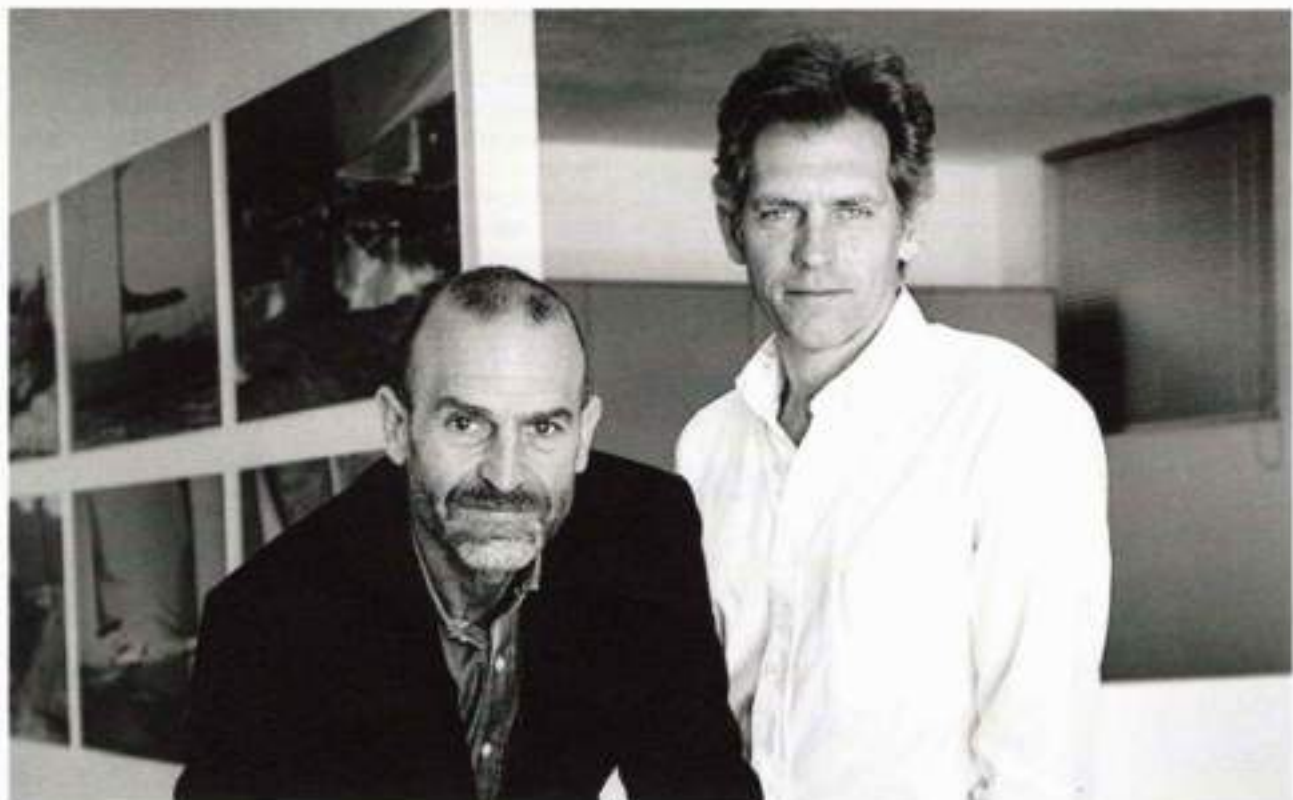
DEUX NOUVEAUTÉS 2019 ET CINQ NOMINATIONS



DUFOUR 390



DUFOUR 430



FELCI DESIGN ITALIEN & FABRICATION FRANÇAISE

Umberto FELCI, épaulé par Lorenzo GIOVANNOZZI, est un marin, un régatier et un architecte naval. Il est l'homme qui dessine les voiliers DUFOUR, celui qui leur offre cette ligne unique et cette efficacité incomparable. Il nous parle de son travail.

Vous travaillez pour Dufour depuis 10 ans, quels sont les points forts de votre collaboration ?

Nous avons réalisé le premier projet pour Dufour en 2002, avec le Dufour 40 qui a marqué le début d'une nouvelle ère pour le chantier. Cette collaboration longue et suivie est extrêmement enrichissante. Nous connaissons très bien toute l'équipe et nous travaillons ensemble depuis longtemps. Nous avons beaucoup de responsabilités en conception et ça augmente notre passion et notre niveau d'implication.

Votre métier d'architecte naval, a-t-il beaucoup changé au cours des dix dernières années ?

Oui, certainement. Beaucoup de paramètres nous ont obligés à réfléchir sans cesse : l'influence de la course, le désir de plus de performance, mais aussi de sécurité. L'industrie automobile et l'univers de l'architecture, domaines dans lesquels le design est très présent, nous influencent aussi beaucoup. Cependant, le risque de perdre de vue la « tradition » de la conception d'un voilier est élevé et chacun doit y être attentif. C'est un processus très personnel.

En dehors des bateaux, quelles sont vos sources d'inspiration ? Comment parvenez-vous à créer de si belles lignes ? Chaque fois que je dessine un nouveau bateau, j'essaie de créer quelque chose de nouveau et de beau. Je suis comme tout le monde influencé par le monde en général, le monde du design, le monde de l'art, de la nature. Chaque designer a la capacité d'absorber tout ce qu'il y a autour de lui et de transposer tous les nouveaux éléments dans une nouvelle forme, enfin dans un nouveau projet. C'est un processus complexe et quelque peu inconscient. J'avoue que j'ai parfois beaucoup de chance parce que je peux dire que lorsque j'arrive à un point que je considère satisfaisant, les réactions sont généralement positives.

Pour vous, quelle doit être la plus grande qualité d'un mono-coque ?

La première chose qui me vient à l'esprit, c'est qu'un mono-coque parfait doit être parfait pour naviguer au près avec 20 nœuds de vent réel en pleine mer, c'est simple. Si c'est le cas, cela signifie que l'architecture navale est bonne, que l'ingénierie structurelle est solide et que l'équipement (mât-accessillage-voiles) est bien conçu. J'apprécie les intérieurs modernes et lumineux, une connexion interne/externe facile ainsi que les ponts et les cockpits bien conçus et ergonomiques. Autant d'éléments qui doivent être liés entre eux par une interpénétration esthétique et fonctionnelle pour devenir des valeurs clés nécessaires pour la plupart d'entre nous aujourd'hui.

Pour vous quelles sont les qualités des voiliers Dufour ?

La gamme de bateaux que Dufour propose depuis dix ans est quelque chose d'unique dans le domaine des voiliers de série. Ils sont considérés comme plus rapides et plus faciles à manœuvrer. De nombreux résultats en course prouvent leurs performances. Le monde des voiliers est dans une phase de transformation d'une certaine mesure, voilà pourquoi nous avons très tôt introduit de nouveaux standards en matière d'ergonomie extérieure ainsi que de nouveaux concepts pour les intérieurs. Le style (et pas seulement la fonction) de tout cela, c'est un point clé fondamental. Nous avons su innover tout en restant liés à la tradition des voiliers. Un Dufour sera toujours à la pointe de la technologie grâce à la recherche et à l'évolution réalisée pas à pas sur chaque nouveau modèle.



DUFOUR 530
VERSATILE CONCEPT

Easy, Ocean, ou Performance ?
Le Dufour 530, c'est trois nouveaux modèles.
De la facilité de manoeuvre en croisière à
la performance ultime, il a été conçu pour
s'adapter à tous les instincts.

MANIFESTO

À tous ceux qui croient que vivre, c'est ressentir.

Que l'Océan est source d'inspiration.

À tous ceux qui pensent que l'élégance est évidence. Que la simplicité est sophistication suprême.

Réveillons notre nature.

Nous voulons vivre l'océan.

Pour nous, la vibration de la barre au creux de la main

est un murmure intime où le voilier nous exprime sa gratitude. Pour nous, la sensation de suspension et d'accélération le temps d'un surf est source de plaisir intense.

Pour nous, la mise sous tension des voiles est la plus belle façon d'apprivoiser le vent.

Nous voulons toujours plus de confort, mais nous voulons vivre plus intensément. Sensations et qualités marines doivent primer.

Nous voulons plus de sensations, mais nous voulons y accéder facilement. Performance ne doit pas rimer avec complexité.

Nous voulons accéder à notre rêve, mais nous voulons le vivre longtemps. La qualité ne doit pas souffrir pas d'exception.

Cette quête d'équilibre et de perfection est notre vocation.

À vous de vivre l'océan.

À vous de vivre instinctivement.

Instinctive sailing.



SENSATIONS | EXPÉRIENCE | ÉQUILIBRE | DYNAMISME | INSPIRATIONS

Dufour et Fountaine Pajot aujourd'hui

Le groupe Fountaine Pajot :



Chiffre d'affaire
2018-2019
207M €!
+51.5%

AMBITIONS
2020
10^{ème} ANNÉE DE CROISSANCE
CONSECUTIVE!



SITES DE PRODUCTION À LA ROCHELLE!

UN GROUPE FAMILIAL

FOUNTAINE PAJOT DUFOUR

FOUNTAINE PAJOT +
DUFOUR =

1976 + 1964 = 2018!



Dufour :



Milestones

Durabilité de la marque.



Sylphe

Michel Dufour
1965



Arpège

Michel Dufour
1967



Dufour 3800

Gemay Frères
1979



Classic 41

J&J Design
1996



Dufour 40 Performance

Ferni
2003



Dufour 405 Grand Large

Ferni
2005

Aujourd'hui, 4 nouveaux modèles en deux ans

DUFOUR 390

DUFOUR 430

DUFOUR 530

DUFOUR 61