

## **Nausicaa : It is the end**

Hello à tous. C'est non sans émotion que je viens vous apprendre la fin de Nausicaa.

Vous aviez sûrement déjà remarqué que nous avons « réduit la voilure » en fermant successivement les magasins de Dinard (Oct 2023) et de Cherbourg (Sept 2024), mais le passif accumulé post-covid par les 3 boutiques est aujourd'hui trop important pour être épongé par le volume d'affaire d'un seul magasin.

Le marché est en crise, c'est vrai, et nous avons sûrement dû ne pas faire les bons choix à un moment.

Notre positionnement fort vers le Windsurf, qui nous a longtemps permis de surnager dans un marché qui ne s'en occupait plus assez, a fini par nous perdre dans cette période où la pratique hésite à définir son modèle économique. Le Wingfoil, sport prometteur est entre les mains de nouveaux arrivants qui ont bien compris que les intermédiaires n'étaient plus trop dans l'air du temps...

Trop de stock de windsurf, le surf en panne, le wingfoil avec beaucoup (trop ?) d'acteurs, nous n'y arrivons plus. Et nous fermons en plein été, le 31 Juillet 2025, contraint par des décisions qui ne sont plus les nôtres.

Nausicaa existait déjà depuis 1983, et moi, le jeune vendeur entré rue St Michel à Caen en Juin 1991, l'exploita en mon nom à partir de 2001 et fût rejoint par un ami passionné à partir de 2013. Cela donna 24 années à développer la « marque » Nausicaa, de Cherbourg (2000 – 2024) à Dinard (2008 – 2023) en passant par le Havre (2005 – 2015).

C'est aussi le pari d'Internet avec le site [nausicaa.org](http://nausicaa.org) créé en 2002, avec le pari de la vente à distance plutôt que de la vente par correspondance (nuance), avec des clients que nous n'avons parfois jamais vu de visu mais avec qui nous avons tissé des liens forts de conseil et de fidélité.

Nausicaa c'était aussi la passion du sport et de la pratique avec des équipes commerciales qui naviguaient, qui testaient, qui conseillaient sur la plage, qui faisaient essayer leur matériel, qui partageaient avec les clients. Toujours le souci du détail, de la voile pas assez étarquée à la remarque sur la taille de l'aileron ou sur la longueur des bouts de harnais, au risque même d'ingérer dans la façon de naviguer de chacun.

Mais aujourd'hui cela ne suffit plus, ou tout du moins pas avec les difficultés de 3 points de ventes.

Je retiendrai la passion de toutes mes équipes, avec un souvenir ému pour tous les vendeurs (et vendeuses !) passés dans nos rangs, certains sur des courtes périodes, d'autres pour de véritables pans de leur vie, je me souviendrai de tous ces voyages en équipe au bout du monde mais aussi de ces sorties mémorables sur nos spots. Je suis vraiment fier de tous ces conseillers, qui vous ont assistés dans vos choix du mieux qu'ils le sentaient.

Fiers de mes équipes, mais aussi fier de vous, nos clients, avec des échanges et une confiance hors pair. Bâtir avec vous vos quivers, échanger des heures sur des détails, batailler sur les prix bien sûr, et se faire confiance pour les règlements et les livraisons, c'est peut-être aussi un modèle qui disparaît avec plus d'automatisation et moins de discussions.

Le plus grand surfshop de France s'appelle peut-être aujourd'hui le Bon Coin, et notre rôle d'intermédiaire devient peut-être trop coûteux dans une société en crise.

Il serait ingrat d'oublier les clubs de voile, qui, au-delà des volumes d'achat, ont pour certains été des relais précieux pour nous aider dans l'organisation des événements. Des côtes normandes à celles de la Manche, mais aussi sur les lacs Girondins et de l'Isère, et en Bretagne, c'est grâce à l'engagement de certains passionnés que des projets de compétition et de dynamisation de la pratique ont pu voir le jour.

Un mot aussi pour les riders, en démarrant par les prescripteurs locaux jusqu'au grands champions internationaux qui, à leur façon, ont tiré le sport vers le haut et m'ont permis, à leur contact de « sentir » le sport pour mieux le retransmettre dans nos conseils.

Trainer dans les paddocks des étapes de World Cup ou du Championnat de France, discuter avec les designers, les shapers ou les top riders, « renifler » les infos et autres scoops pour avoir un coup d'avance dans la compréhension du matériel, passer des heures au téléphone pour des détails avec les fabricants, tout cela dans le but d'être plus fin, plus juste, plus précis dans le conseil.

Malgré tout cela le marché se tassait un peu à partir de 2015, avec une année 2019 qui n'augurait pas un futur très radieux.

La période du Covid fût un fabuleux vent d'air frais tant tous, nous avons ré-apprécié le plaisir simple d'aller naviguer à côté de chez nous. Être privé de liberté nous en a fait ressentir la valeur, et les années 2020 et 2021 furent incroyables en terme de business.

Rien n'était trop cher, trop lourd, trop large, trop long, ou pas adapté. On retrouvait les années 90, avec un enthousiasme et une fraîcheur que l'on croyait disparue. Le matériel reprenait son rôle de solution alors qu'il semblait être devenu le problème dans les années précédentes.

L'avènement du Windfoil, le sentiment de voir le sport se développer sous nos yeux, l'excitation d'avoir l'impression d'être à la pointe de la glisse, tout cela avait un peu disparu et revenait à une vitesse incroyable.

Et pourtant les travers de la technicité, véritable fléau permanent des sports de glisse, allaient encore frapper. Du foil solution de lightwind, on allait passer au foil outil de performance. Des projets fantastiques d'un point de vue techniques virent le jour, mais à peine né, le windfoil oubliait ses débutants pour se consacrer aux plus pointus.

Les laissés pour compte se rabattaient vite sur le Wingfoil, qui très vite quitta son rôle de projet hybride pour devenir une pratique complète, du débutant à l'expert.

Sport magique, où les shops restaient encore des acteurs, mais plus les acteurs centraux. L'époque où les surfshops ouvraient des sites internet percuta celle où les pure-players ouvraient des showrooms.

La « redescente » post-covid fut dure et brutale, avec des volumes d'affaires qui ne cessaient de décroître. Trop de marque, trop de shops, trop de stock, et parfois des stocks plus du tout en phase avec le marché. Donc aujourd'hui c'est la fin de Nausicaa, c'est la fin de 35 années d'engagement pour ma part dans les sports de glisse.

Merci à tous ceux qui nous ont fait confiance pendant ces longues années, merci à tous ceux qui nous ont aidé ou accompagné, merci à tous les fournisseurs qui se sont battus comme des lions pour produire tous les ans des produits susceptibles de séduire des clients toujours plus exigeants.

Merci à toute cette industrie qui je l'espère ne fera pas les mêmes erreurs que les nôtres et permettra encore aux pratiquants d'échanger avec d'autres passionnés et de se faire conseiller autrement que par un algorithme. Longue vie aux sports de glisse, et puissiez-vous tous pratiquer encore longtemps.

**Thomas Lamora**  
Nausicaa Forever