



NAUTISME INNOVATION
NUMÉRIQUE ATLANTIC



Communiqué de presse

Nantes, le 11/12/2013

Lancement du réseau Nautisme Innovation Numérique Atlantique

NINA (Nautisme Innovation Numérique Atlantique) est un réseau d'entreprises né en 2013 à l'initiative de la CCI Nantes St-Nazaire et d'Atlantic 2.0 le réseau des acteurs du web et de l'innovation numérique dans les Pays-de-la-Loire. Il est composé d'une dizaine d'entreprises innovantes qui ont développé des services nautiques basés sur les technologies du numérique.

Les services proposés par ses membres sont multiples, mais ils ont tous pour but de simplifier la vie des plaisanciers et de faciliter la pratique grâce au web et au digital : e-commerce, location de bateau en ligne, édition de logiciels et d'applications innovantes, e-learning, plateformes de gestion et de mises en relation, web-communication...

NINA a émergé en Pays-de-la-Loire, Région idéalement située au cœur du pôle nautique atlantique et 2^{ème} place du numérique en France. Né sous l'impulsion de chefs d'entreprises, son objectif est d'activer les écosystèmes territoriaux du numérique, du nautisme et de l'accompagnement à la création d'entreprise afin de favoriser l'innovation numérique dans le nautisme.

NINA s'est donné 5 missions :

- Créer des synergies entre les acteurs du nautisme et du numérique
- Aider les entreprises du nautisme à faire leur évolution numérique
- Attirer de nouveaux talents et les accompagner pour s'implanter et se développer
- Animer un laboratoire de réflexion sur l'avenir du nautisme et du numérique
- Mettre en valeur ces nouveaux services, encore peu connus des plaisanciers

Partenaire de la Fédération des Industries Nautiques, la CCI Nantes St-Nazaire met à disposition des entreprises de la filière nautique l'ensemble de son expertise d'aide à l'entreprise : compétitivité, financement, innovation, export... Elle accompagne également les collectivités locales dans leurs projets de développement de la filière nautique et pilote des actions collectives au service de la filière et de ses entreprises.

Atlantic 2.0, est le réseau des professionnels du web et de l'innovation en Pays de la Loire. Constituée de plus de 250 entreprises-membres, cette initiative d'entrepreneurs nantais souhaite fédérer les acteurs de la filière numérique, faire émerger de nouveaux projets et collaboration sur le secteur, et promouvoir l'écosystème du web et des innovations numériques.

Pour suivre NINA : Twitter : @wearenina - www.wearenina.com

Contact presse : Agence Windreport' /// Aline Bourgeois
ab@windreport.com / M. +33 (0)6 86 44 27 46

Contact NINA : CCI Nantes St-Nazaire /// Emmanuel Jahan
e.jahan@nantesstnazaire.cci.fr



NAUTISME INNOVATION NUMÉRIQUE ATLANTIC

DOSSIER DE PRESSE

Nautic 2013



Edito

Jérémy Rifkin nous le prédit, le numérique et les énergies renouvelables sont les piliers de la troisième révolution industrielle qui s'annonce... et qui a déjà commencé : en 2010 le numérique était à l'origine de 25% de la croissance française ! Notre société prend actuellement un virage d'une rare intensité dans l'histoire des révolutions qui ont modelé notre économie. Virage dans les modes de consommation et de communication, mais également évolution fondamentale du modèle entrepreneurial basée sur le design thinking, le travail collaboratif, l'optimisation des processus de créativité, l'innovation produite orientée sur le besoin du consommateur, etc.

Qu'en est-il du nautisme ? Et si une partie de l'avenir de ce fleuron de notre économie passait par plus de numérique ? Bien sûr les marchés du commerce, de la location, de la communication, des médias ont déjà intégré le numérique mais qu'en est-il des autres marchés du nautisme ? Comment le numérique peut-il contribuer à faire évoluer les marchés de la construction, de la vente, des services qui représentent près des 2/3 du chiffre d'affaires de la filière ? Certes, le numérique va créer directement de nouveaux gisements de valeur par la créa-

tion d'entreprises spécialisées mais il peut surtout contribuer à des évolutions majeures dans le fonctionnement des entreprises qui font aujourd'hui la filière.

C'est dans cette logique, que NINA est né. NINA ambitionne d'être le carrefour entre le nautisme (PME innovantes, industriels, consommateurs...) et le monde du numérique (start-up, réseaux...) autour de questions clés : qui sera le plaisancier de demain et comment consommera-t-il ce loisir ? De quels services et équipements aura-t-il besoin ? Comment booster l'activité de l'industrie du nautisme en utilisant de nouvelles méthodes ? Aidons les entreprises nautiques à faire leur révolution numérique, créons des laboratoires d'idées et d'innovation en collaboration avec les grandes entreprises de la filière ! Incubons ! C'est le challenge que nous vous proposons de relever ensemble, avec NINA. L'impulsion est lancée en Pays de la Loire mais elle a vocation à rassembler rapidement les entreprises de la façade atlantique partageant le même ADN.

**Les membres
du réseau NINA**



Sommaire

#07 Les ambitions de NINA

#08 Infographie

#10 Les premiers membres

#13 Paroles d'entrepreneurs

#15 Du Twittstorming©
au start-up week-end !

#16 Partenaires fondateurs



LES AMBITIONS DE NINA

1# Fédérer les start-up du nautisme et du numérique, encourager la création d'entreprises

- Créer des synergies entre des entreprises et réseaux qui ont des problématiques communes et qui peuvent devenir prescripteurs ou partenaires

- Stimuler la création et faire tester les projets auprès de clients potentiels, particuliers ou professionnels

- Accompagner les créateurs d'entreprises dans la définition de leur projet et les guider dans leurs démarches vers les bons interlocuteurs de la création d'entreprise

- Favoriser les partenariats et parrainages entre membres du réseau

- Contribuer à faire connaître les nouveaux services du web et du numérique auprès du grand public et des industriels de la filière

2# Aider les entreprises nautiques à faire leur révolution digitale

- Sensibiliser les entreprises nautiques aux enjeux du numérique

- Faciliter les synergies entre les entreprises et réseaux nautiques et ceux du numérique (marchés, méthodes de travail...)

- Accompagner les PME du nautisme dans leur passage au numérique : les aider à déterminer leurs besoins (réputation, visibilité, e-commerce, solutions de gestion...), les initier à certains outils et les guider vers des prestataires ou des personnes qui sauront les conseiller

3# Contribuer à la réflexion autour du futur de la filière et de ses métiers

- Faciliter les passerelles entre les évolutions du numérique et la filière nautique

- Organiser des séances de réflexion et de prospective sur le plaisancier de demain, ses pratiques, ses besoins et les produits/services possibles pour y répondre

- Constituer un centre de veille et de ressources sur les évolutions du marché

LA FRANCE

leader mondial du nautisme...

1^{er}



producteur mondial de bateaux à voile, de pneumatiques, de matériel de glisse



4^e
producteur de bateaux à moteur

4,56 milliards d'euros de chiffre d'affaires

Appuyé par un marché intérieur dynamique

512 766 bateaux de plaisance en activité

4 millions de plaisanciers réguliers

16 465 nouvelles immatriculations et 85 143 permis plaisance délivrés en 2011/12

9 millions de pratiquants occasionnels

...Mais qui connaît

des changements structurels

Nouvelles tendances chez les plaisanciers :

Viellissement de la population des propriétaires de bateau

Démocratisation de la pratique et **multiplicité des publics** : jeunes, handicapés, sportifs, touristes...

Chez les jeunes : moins d'achat de bateaux, mais multiplicité des pratiques : voile, sports nautiques, pêche...

Le numérique & la croissance française

le développement du numérique est à l'origine de 25% de la croissance française en 2010

le numérique représente 40% des gains de productivité de l'économie

le numérique représente 1/3 des investissements privés en R&D

Et dans le nautisme ?

Le numérique permet aujourd'hui de répondre à plusieurs enjeux de la filière

La simplicité L'accessibilité

Le confort et sécurité Le partage

Ainsi depuis 2010, en Loire-Atlantique :



-10
Enterprises

dans la production et le négoce



-50
Emplois

Mais



+12
Enterprises



+30
Emplois

dans les services dont l'essentiel dans le numérique



Les entreprises fondatrices du réseau :

2 entreprises en cours de création



10
Enterprises

âge moyen des entreprises :
4 ans

28
emplois



Taux de croissance de 23% entre 2012 et 2013

Des métiers multiples :

Services web

E-media

Plateformes de mise en relation

E-commerce

Les premiers membres



Nom de l'entreprise : **UniverSail**
Nom du dirigeant : **Emmanuel van den Broek**
Date de création : **2011**
Nombre de salariés : **2**
Ville : **Nantes**
www.universail.fr
contact@universail.fr

facebook.com/UniverSail
@UniverSailteam



UniverSail permet aux propriétaires de bateaux de gérer la maintenance et la préparation de leur bateau via une plate-forme web. Un réseau d'artisans sélectionnés et référencés (boatmanagers) réalise les prestations commandées et payées à distance par les clients.

« UniverSail propose une nouvelle façon de gérer l'entretien et la maintenance de son

bateau, et répond à un réel besoin de professionnalisation du secteur. L'entreprise apporte des repères de confiance dans la maintenance de bateaux partout en France. Son objectif est de simplifier la gestion d'un bateau et de lever progressivement tous les freins à la navigation. »



Nom de l'entreprise : **BigSkipper**
Nom du dirigeant : **Simon Watine**
Date de création : **avril 2012**
Nombre de salariés : **1**
Ville : **Nantes**
simon@bigskipper.net
www.bigskipper.net

facebook.com/BigSkipper
@_BigSkipper



Big Skipper est à la fois un réseau de skippers professionnels, et un service de gestion des équipages à destination des sociétés de location de bateau à voile ou à moteur.

« BigSkipper donne accès en temps réel aux disponibilités de membres d'équipages qualifiés et permet un recrutement 10 fois plus rapide que

ce qui existait jusque-là. L'idée est d'apporter un maximum d'informations au client pour le laisser vraiment choisir son bateau et son équipage au moment et à l'endroit où il en a besoin et non lui imposer des contraintes comme ce qui se fait souvent aujourd'hui encore. »



Nom de l'entreprise : **DOLINK**
Nom du dirigeant : **Pierre Séguineau**
Date de création : **2009**
Nombre de salariés : **3**
Ville : **Nantes**
www.dolink.fr
p.seguineau@dolink.fr

facebook.com/Dolink



Dolink propose un outil de géolocalisation et des services associés : le suivi des bateaux en course ou en navigation hauturière, la gestion et la sécurisation des flottes de loueurs, la surveillance des bateaux de particuliers (systèmes de gardiennage interactif apportant un service

connecté innovant pour la protection des bateaux de plaisance).

« L'idée est de rapprocher le bateau de son propriétaire, souvent très éloigné, avec des informations en temps réel et lui en permettre le contrôle. »



Nom de l'entreprise : **Diffusions Nautisme**
Nom du dirigeant : **Erwan du Penhoat**
Date de création : **2013**
Nombre de salariés : **1**
Ville : **Nantes**
www.diffusionsnautisme.fr
erwan@diffusions.fr

facebook.com/DiffusionsNautisme
@DiffNautisme



Diffusions Nautisme propose des outils en ligne pour les professionnels de la vente de bateaux : une interface pour gérer et diffuser ses annonces sur les portails dédiés, et des sites web personnalisables.

« Aujourd'hui, nous sommes passés à une promotion des biens entièrement numérique. Pourtant, les professionnels du nautisme sont

restés dans leurs méthodes d'avant crise, contrairement aux secteurs de l'automobile ou de l'immobilier, où de nouvelles méthodes de vente se sont développées. Diffusions Nautisme souhaite donc professionnaliser l'approche web des dirigeants des PME du nautisme, pour les aider à améliorer leur productivité et à adapter leur communication. »



Nom de l'entreprise : **Groupe NAUTING**
(Marques commerciales : Picksea.com, Nautisme-Info.com, Nautic-occasions.com)
Nom du dirigeant : **Loïc Fleury et Stéphane de Renty**
Date de création : **2011**
Nombre de salariés : **5**
Ville : **Nantes**
www.nauting.com
Info@nauting.com

facebook.com/#!/Nauting
@Nauting



Nauting développe et exploite des activités web et mobiles dans l'univers du nautisme. L'activité se compose d'un pôle e-commerce (PickSea.com) et d'un pôle média, (Nautisme-Info.com, nautic-occasions.com)

« La raison d'être de l'entreprise est de faciliter l'accès à l'ensemble des produits, services et informations pour le marin et le bateau, souvent réservés aux initiés. »



Nom de l'entreprise : **Magic Instinct Software**
Nom des dirigeants : **Peio Elissalde et Loïc Ségalou**
Date de création : **2000**
Nombre de salariés : **2**
Ville : **Nantes**
www.justmagic.com
contact@geogarage.com

facebook.com/MarineGeoGarage
@geogarage



Magic Instinct Software a mis en place une plateforme web et mobile de cartographie nautique, via une technologie de « Cloud Computing ».

« Actuellement, les plaisanciers qui utilisent une application ou un logiciel d'aide à la navigation doivent y importer des cartes achetées à des éditeurs privés, qu'il faut remettre à jour ré-

gulièrement. Géogarage permet au plaisancier de bénéficier d'un produit combinant l'aide à la navigation et des cartes toujours à jour. L'utilisateur n'est plus le propriétaire d'un support de données cartographiques rapidement dépassées, mais un usager d'un service de données en ligne les plus récentes. »



Nom de l'entreprise : **RIDERS MATCH**
 Nom du dirigeant : **Harold Quinquis**
 Date de création du concept : **2009**
 Nombre de salariés : **2**
 Ville : **La Baule**
www.ridersmatch.com
harold@ridersmatch.com



facebook.com/RidersMatch
[@RidersMatch](https://twitter.com/RidersMatch)

Riders Match est une plateforme en ligne de vidéos de sport extrême.

« Il manquait un site unique regroupant tout le contenu des vidéos de sport extrême et sa communauté. Jusque-là, le contenu était dispersé sur différentes plateformes (Youtube, Vimeo, Facebook...).

A terme, Riders Match permettra également de qualifier les audiences et de construire une base de données détaillée concernant les pratiquants, les movie makers et les amateurs de vidéos de sport extrême. »



Nom de l'entreprise : **BeMyBoat**
 Nom du dirigeant : **Mathieu Bernard**
 Date de création : **2009**
 Nombre de salariés : **3**
 Ville : **Nantes**
www.BeMyBoat.com
contact@bemyboat.com



facebook.com/bemyboat
[@bemyboat](https://twitter.com/bemyboat)

BeMyBoat est une agence de location de bateaux en ligne.

« Avant BeMyBoat, il était impossible de réserver un bateau sur internet sans passer plusieurs coups de téléphone ou envoyer plusieurs mails pour s'assurer du prix et de la disponibilité du bateau. BeMyBoat se distingue par sa simpli-

cité d'utilisation et le niveau de service offert. Nous proposons plus de 3 500 bateaux dont les informations sont actualisées en temps réel : disponibilité, tarifs et promotions éventuelles, équipement, photos... Cette synchronisation des informations permet au client de réserver immédiatement le bateau de son choix. »

Les porteurs de projets



Nom du porteur de projet : **Jean-Baptiste Gellée**
 Ville : **Nantes**
jbgellee@gmail.com

« Dans l'univers du sport, et plus spécifiquement dans le milieu de la voile, les acteurs de la pratique en compétition rencontrent des problématiques dans la gestion des outils de communication. Internet offre des possibilités

inépuisables mais il est parfois difficile de les maîtriser. Il faut alors les simplifier, initier l'utilisateur en lui offrant un outil simple et personnalisé. »



Nom du projet : **Hey Captain**
 Nom des créateurs : **Clément Douet et Patrick Piveteau**
 Ville : **Nantes**
clement@heycaptain.fr
[@HeyCaptain_team](https://twitter.com/HeyCaptain_team)



Hey Captain veut apporter un service clés en main pour les professionnels de la location à la journée et un accompagnement à la navigation pour les néo-plaisanciers.

« Chaque année, 100 000 nouveaux titulaires de permis sont potentiellement intéressés pour louer un bateau. Mais beaucoup renoncent de-

vant la complexité des démarches pour louer ou par manque de confiance en soi et d'encadrement. Notre projet est de proposer des outils simples et adaptables permettant de faciliter l'accès des offres de location au plus grand nombre et simplifier l'outil de travail des professionnels de la location. »

Paroles d'entrepreneurs

Quelle est votre vision du plaisancier de demain ?

« Le plaisancier d'aujourd'hui cherche des solutions simples pour naviguer plus. Le plaisancier de demain voudra avoir accès à des solutions multiples pour naviguer : solutions de copropriété, co-navigation... pour vivre une expérience dont le bateau n'est qu'un élément du puzzle. »

Emmanuel Van Den Broek, Universail

« Le plaisancier de demain sera plus ouvert au monde en naviguant avec des inconnus et dans de nouveaux bassins, à la recherche de nouvelles sensations. »

Mathieu Bernard, BeMyBoat

« Le plaisancier de demain ne veut pas courir pour s'équiper et s'informer, il veut profiter à fond de sa régata ou sa croisière. Il connaît déjà la météo et les horaires de marée sur son mobile, il a déjà rencontré ses co-navigants sur Vogavec moi et Facebook. Il sait que sa nouvelle

veste de quart sera livrée sur son bateau par Picksea. Il a déjà vérifié que son bateau est prêt via Universail... et prend son train tranquillement ! »

Loïc Fleury, Groupe Nauting

« Le plaisancier sera beaucoup plus mobile, connecté et zappeur. Il va pratiquer plusieurs activités en fonction de son humeur, de la météo et de ses équipiers. Il faut pouvoir lui proposer la bonne activité, au bon moment et au bon prix. »

Simon Watine, BigSkipper

« Le plaisancier de demain s'inscrira dans l'usage, dans une logique de loisir spontané. C'est le bateau qui s'adaptera à ses besoins et non l'inverse comme aujourd'hui. Il recherchera de l'immédiateté, de la simplicité et un accompagnement personnalisé dans son usage. »

Clément Douet, porteur de projet Hey Captain

Du Twittstorming© au Start-up week-end !

Qu'est-ce que le secteur du numérique peut apporter à la filière nautique ?

« Le web facilite l'apport d'information : Comment faire pour louer un bateau ? Puis-je réserver une voiture sur ce port ? Y-a-t-il de la place dans ce port ?... Il va donc faciliter la navigation, démocratiser la plaisance et amener à naviguer des personnes qui n'auraient jamais pensé mettre les pieds sur un bateau. »

Emmanuel Van Den Broek, Universail

« La navigation de plaisance reste encore très en retard sur l'utilisation des outils web. Pourtant, il permettrait de rapprocher la navigation de plaisance des jeunes pratiquants qui y voient actuellement l'activité d'une élite âgée. Le web peut être une des solutions pour faciliter ce pont générationnel. »

Pierre Séguineau, Dolink

« Le web permet aux plaisanciers et aux professionnels du nautisme de partager davantage

leur expérience. Les utilisateurs notamment, peuvent relayer facilement et rapidement un bon plan s'ils sont satisfaits. Ceci permet de diminuer les coûts en matière de communication pour un produit ou un service qui répond vraiment à certaines attentes. »

Mathieu Bernard, BeMyBoat

« C'est avant tout une nouvelle opportunité de communication pour le marché du nautisme et l'apparition d'un nouveau mode de relation client. Les nouvelles générations « consomment » différemment et demain loueront ou achèteront un bateau autrement. »

Loïc Fleury, Groupe Nauting

« Le web va permettre de fluidifier le marché en connectant le plaisancier avec les professionnels, et en apportant les bonnes infos dans les deux sens. Ceci permettra aux professionnels de mieux s'adapter à ces nouveaux besoins. »

Simon Watine, Big Skipper

Qu'attendez-vous du réseau NINA ?

« Ce réseau va créer des synergies entre les acteurs afin de faire monter en puissance le web dans le monde du nautisme et bien-sûr susciter des vocations ! »

Emmanuel Van Den Broek, Universail

« La constitution d'un réseau justement ! Faire le pont entre les navigations sur le web et dans le monde marin. Mettre du numérique dans le secteur du nautisme sans en oublier les besoins réels des utilisateurs. »

Erwan du Penhoat, Diffusions Nautisme

« Qu'il puisse nous permettre de réfléchir en commun aux bonnes pratiques digitales à adopter dans nos entités respectives et plus largement qu'il puisse être force de proposition pour le monde du nautisme afin de le garder en bonne santé. »

Harold Quinquis, Riders Match

« NINA, au-delà d'apporter une dynamique de réseau et d'accompagnement, va apporter un vrai partage de connaissances sur le marché du web nautique et ses pratiquants mais surtout être vecteur d'innovation pour toute l'industrie nautique. »

Clément Douet, porteur de projet Hey Captain

« J'attends de ce réseau qu'il devienne un pôle reconnu dans l'innovation numérique et le nautisme regroupant entrepreneurs et porteurs de projet. Ainsi, des techniciens du web, ayant des affinités pour le monde du nautisme, auront la possibilité de venir s'investir dans des projets bien spécifiques. »

Jean-Baptiste Gellée, porteur de projet



Nom de l'entreprise : **Windreport'**
Nom du dirigeant : **Yannick Perrigot**
Date de création : **1999**
Nombre de salariés : **15**
Ville : **Nantes**
www.windreport.com
yp@windreport.com

windreport
Communication & Sponsoring

facebook.com/windreport
@windreport
@ypwindreport

Dans le cadre du lancement de NINA, Yannick Perrigot, administrateur de la Cantine numérique de Nantes, membre associé de l'IMOCA et membre fondateur de NINA, a mené fin novembre une expérience de travail collaboratif dématérialisé. Sur le célèbre réseau social de microblogging Twitter, il a invité tous ses followers à s'interroger sur le plaisancier du futur.



Le résultat obtenu est révélateur de la puissance de cette expérience baptisée TWITTSTORMING©. Non seulement le message a été instantanément relayé par plus de 50 Twailors (la communauté de fans de voile et de nautisme sur Twitter, ndr) sur leurs réseaux respectifs mais la séance de TWITTSTORMING© a été hyper qualitative en termes d'idées et d'ambitions. En 2 heures, ce sont plus de 100 messages qui ont été échangés, rebondissant les uns sur les autres pour développer ensemble des concepts, services et produits nouveaux, ouverts à tous autour du plaisancier du futur.

Yannick Perrigot : « Même s'il faut prendre du recul sur les contenus produits, il en ressort plusieurs enseignements majeurs qui viennent nourrir la dynamique NINA.

La communauté des Twailors sur les réseaux sociaux est puissante, organisée, créative et

prête à contribuer. L'association des idées de chacun est une vraie opportunité de création de valeur. Cette initiative autour du TWITTSTORMING© est une première et ne demande qu'à être dupliquée. Remise dans un contexte de travail collaboratif avec un brief en amont de la part de « clients » cherchant des solutions, avec des axes clairement définis, il peut générer des solutions avec une vraie ouverture et un partage avec des dizaines de contributeurs qu'aucun industriel ne peut s'offrir. Si ce travail est doté de prix sous forme de concours ou d'incentive, il peut être encore plus efficace. Il peut être le relais d'un brainstorming classique dans une salle. On peut également imaginer qu'il soit théâtralisé dans le cadre d'un salon, sous forme de challenge avec des industriels qui « pitchent » pour présenter en 2 minutes leur problématique face à des contributeurs qui réfléchissent en temps réel.

On retrouve alors l'énergie et la méthode du « Lean Start-up » où l'on s'affranchit de toute limite pour produire des idées en un temps record et accompagner la réflexion des entreprises plus traditionnelles.

Mais également des start-up week-ends sur le modèle américain où pendant 54 heures des cerveaux phosphorescents ensemble pour créer ensemble les entreprises innovantes de demain...

À quand un brainstorming géant et un start-up week-end pilotés par nos leaders mondiaux de l'industrie nautique sur le NAUTIC de Paris ? On est chaud, on est dans les 'starts'... »

Partenaires fondateurs



Trait d'union entre les entreprises et l'Etat, la CCI Nantes St-Nazaire est un établissement public piloté par des dirigeants d'entreprises élus par leurs pairs. Partenaire de la Fédération des Industries Nautiques, la CCI Nantes St-Nazaire met à disposition des entreprises de la filière nautique l'ensemble de son expertise d'aide à l'entreprise : création, compétitivité, financement, innovation, export... Elle accompagne également les collectivités locales dans leurs projets de développement de la filière nautique et pilote des actions collectives au service de la filière et de ses entreprises.



Atlantic 2.0, est le réseau des professionnels du web et de l'innovation en Pays de la Loire. Constituée de plus de 250 entreprises-membres, cette initiative d'entrepreneurs nantais souhaite fédérer les acteurs de la filière numérique, faire émerger de nouveaux projets et collaboration sur le secteur, et promouvoir l'écosystème du web et des innovations numériques.

Ces objectifs se concrétisent autour de plusieurs actions telles que l'accueil et le fléchage de porteurs de projet, la mise en relation entre acteurs, et une offre événementielle riche. Un ensemble concentré autour d'un lieu, La Cantine numérique !

Contact NINA :

CCI Nantes St-Nazaire /// Emmanuel Jahan
e.jahan@nantesstnazaire.cci.fr
www.wearenina.com
@wearenina

Contact presse :

Agence Windreport' /// Aline Bourgeois
ab@windreport.com
M. +33 (0)6 86 44 27 46



NAUTISME INNOVATION NUMÉRIQUE ATLANTIC