

Communiqué de presse
Cannes, le 8 septembre 2026

NVequipment industrialise les nouvelles ambiances IN & OUT des Lagoon 38 et 43 et du nouveau Lagoon 47 en six mois, sans sacrifier l'esthétique.

Deux ambiances, trois modèles et six mois pour traduire les choix esthétiques validés par Lagoon en équipements prêts à être produits en série : à Cannes, NVequipment dévoile un projet où co-crédation, conception et capacité industrielle avancent de concert.

Un liseré qui accompagne la ligne des vitrages, une boucle choisie dans la tonalité exacte de la toile, un fil qui se fond dans la matière, une pochette de rangement pensée jusque dans sa finition.

À bord des Lagoon 38 et 43 et du nouveau Lagoon 47 (nouveau 2027), la précision de ces détails illustre **la capacité industrielle de NVequipment** : six mois seulement pour **passer de l'intention esthétique à des équipements prêts à être produits en série**.



Lagoon 43 - © Manuella Piou / NVequipment

Le 24 février 2026, Lagoon valide avec NVequipment, la cohérence entre deux nouvelles ambiances IN & OUT. Six mois plus tard, elles ont été ajustées aux équipements de trois modèles, certains montages repensés, les plans mis à jour, les nouvelles références codifiées et les flux de production organisés pour permettre leur fabrication en série.

Avec une exigence tout au long du processus, résumée par Catherine Cardi : « **industrialiser sans jamais renoncer à l'intention esthétique** ».

Le projet, engagé à l'automne 2025, répond à une ambition de Lagoon : **dynamiser la gamme avec des univers contemporains**, harmoniser l'intérieur et l'extérieur et faire des équipements textiles visibles sur le pont une composante à part entière de l'identité du bateau.

À partir des *moodboards* et des orientations stylistiques imaginés par Lagoon et ses designers, NVequipment est invité à réfléchir à leur traduction sur les équipements extérieurs, de la recherche créative autour des couleurs et des matières jusqu'à la production.

À travers ce projet transversal entre les deux marques, NVequipment confirme sa capacité à accompagner les constructeurs dans des développements sur mesure. Portée par **Catherine Cardi (Marketing NVequipment)** et **Léa Dubois (Marketing Lagoon)**, avec les équipes conception, projet et méthodes, cette stratégie de différenciation par la forme, les matières et le design repose sur une rigueur d'exécution et une gestion maîtrisée des flux et des données.

“

Un défi relevé par tous pour forger cette différenciation en lien avec la marque Lagoon.

— Catherine Cardi, Directrice Marketing, NVequipment

”

Deux ambiances retenues : l'une lumineuse et naturelle, l'autre pleine de fraîcheur

Couleurs, matières, textures, associations : NVequipment explore deux territoires créatifs.

Les deux directions retenues par Lagoon sont développées jusque dans leurs moindres détails : **Panarea**, qui joue un univers lumineux et naturel, inspiré de tonalités minérales et de matières en lien avec la mer, et **Sorrento**, qui évoque la fraîcheur et l'énergie d'une belle journée d'été autour d'un bleu eucalyptus résolument contemporain.

Choisir une ambiance n'est que le début du travail. Il faut ensuite la traduire sur des équipements qui ont d'abord une fonction, des contraintes techniques, des formes différentes selon les bateaux et, surtout, vocation à être fabriqués en série.



Lagoon 47 (NEW) - © Julien Gazeau / Lagoon / Groupe Bénéteau

L'élégance se loge dans les détails

Les deux ambiances sont rythmées par un **liseré horizontal associant matière et couleur**, qui accompagne les vitrages à l'extérieur des fermetures de cockpit et de flybridge.

Une ligne volontairement sobre, pensée pour souligner les équipements et créer une continuité visuelle sur le bateau.

L'harmonie se poursuit bien au-delà de ce premier élément visible. Chaque composant est revu avec la même attention. Les fils utilisés pour les assemblages sont choisis en harmonie avec la matière principale. Les boucles de serrage sont sélectionnées ton sur ton, beige avec l'acrylique beige et grises avec la toile eucalyptus. Les sangles suivent la même logique.

Même ce qui se voit peu a son importance. À l'intérieur des équipements, NVequipment a ainsi **conçu une pochette dédiée au rangement des sangles**, en tenant compte de l'harmonie générale. Un détail discret, qui apporte une finition soignée et répond très concrètement à l'usage à bord.



Lagoon 38 - © Manuella Piou / NVequipment

Industrialiser sans renoncer à l'intention esthétique

“

Ajouter une note colorée à des équipements de grande taille déjà existants sur les Lagoon 38 et 43 a représenté une véritable transformation et un beau défi à relever.

— Cécile Élineau, conceptrice, NVequipment.

”

Imaginer une signature est une première étape. Être capable de la décliner avec le même niveau d'exigence sur plusieurs équipements, **trois modèles Lagoon et deux ambiances**, tout en respectant les contraintes techniques et celles d'une fabrication en série, en est une autre.

Tout l'enjeu était là : **ne pas choisir la facilité en simplifiant le dessin pour l'adapter à la production, mais trouver les solutions techniques permettant de préserver l'intention esthétique au passage à l'industrialisation.**

Le liseré en est l'illustration : pour obtenir ce trait horizontal régulier et élégant sur des protections dont les formes et les assemblages diffèrent d'un bateau à l'autre, certaines constructions d'origine ont dû être repensées. Chaque adaptation devait préserver simultanément le dessin recherché, la fonctionnalité de l'équipement et sa capacité à être fabriqué de manière reproductible.

Puis vient tout le travail, beaucoup moins visible, qui permet réellement de passer à la série : **mise à jour des plans, codification des nouvelles références, sélection des matières et des composants, essais d'assemblage, adaptation des flux de production**. La nouvelle signature doit pouvoir être reproduite avec le même niveau d'exigence dans les deux ambiances et sur les trois modèles.

Derrière un liseré, une couture ou une boucle ton sur ton se trouvent ainsi les idées et le regard de celles et ceux qui conçoivent, mais aussi les compétences techniques et les capacités industrielles nécessaires pour leur donner une réalité en série.

À Saint-Gilles-Croix-de-Vie, cette continuité est rendue possible par la complémentarité des métiers réunis chez NVequipment : **conception, bureau d'études, maîtrise des matériaux, ateliers textiles et fabrication des structures aluminium et inox**.

Une organisation qui permet de faire dialoguer esthétique, technique et production tout au long du développement.

De la validation aux pontons de Cannes en six mois

Le calendrier donne la mesure du travail réalisé.

Après la validation des deux ambiances le **24 février**, les équipes poursuivent au printemps les adaptations nécessaires à leur déclinaison sur les différents équipements.

D'avril à juin, le travail porte notamment sur le positionnement de la nouvelle signature, les assemblages et la mise à jour des plans sur les Lagoon 38, 43 et 47.

Fin juillet, les premiers équipements sont mis en place sur les bateaux pour les prises de vue. Fin août, les équipements destinés à Cannes sont expédiés et installés.

Le 8 septembre, six mois après la validation des ambiances, le résultat est visible sur les pontons du Cannes Yachting Festival.

Ce passage rapide de la validation au lancement commercial illustre l'engagement de NVequipment pour raccourcir ses délais de commercialisation et accroître sa réactivité auprès des constructeurs.

Les Lagoon 38 et 43, et le nouveau Lagoon 47 exposés à Cannes

Les nouvelles ambiances équipent au Cannes Yachting Festival les **Lagoon 38 et Lagoon 43** et accompagnent également le **Lagoon 47, nouveauté 2027 du chantier**.

Comme annoncé cet été, NVequipment ne disposera pas de stand propre sur les salons en 2026. L'entreprise met cet automne à profit pour mener un travail transversal associant production, supply chain, équipes commerciales et service client, avec un objectif : réduire encore les délais de mise sur le marché et gagner en réactivité face aux nouveaux développements de ses clients constructeurs.

Les équipes unissent ainsi leurs forces autour de cet objectif, en s'appuyant sur ce qui fait NVequipment depuis toujours : l'écoute du besoin, le savoir-faire en mécanique et en assemblage de toile et une fabrication 100 % Made in France.

À Cannes, le savoir-faire NVequipment sera visible sur les pontons, directement à bord des bateaux de ses clients constructeurs.

NVEQUIPMENT EN BREF

Une expertise reconnue depuis 1977

Depuis près de cinquante ans, NVequipment conçoit et fabrique ses équipements de protection à Saint-Gilles-Croix-de-Vie (Vendée). Bureau d'études, ateliers textiles, fabrication des structures aluminium et inox : chaque étape est intégrée, gage de qualité, de traçabilité et d'innovation continue. **L'entreprise conçoit et fabrique des équipements pour tous types de bateaux, des unités de loisir aux grandes unités et multicoques.**

Chiffres clés

- Création : 1977, Saint-Gilles-Croix-de-Vie (Vendée)
- PME indépendante, 140 personnes
- Environ 35 000 produits fabriqués par an
- 8 300 références au catalogue, 1 471 modèles de bateaux couverts
- 300 à 400 nouveaux produits développés chaque année
- Environ 650 points de vente actifs en Europe et au grand export, distribution dans plus de 50 pays

Labels et engagements

- Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) depuis 2022
- Label French Fab depuis 2018
- Made in France : conception et production intégrées
- Certification ISO 9001 depuis 2017
- Durabilité : toiles renouvelables, durée de vie moyenne de 8 à 15 ans

Visites d'entreprise et tournages : le site de Saint-Gilles-Croix-de-Vie peut se visiter sur rendez-vous (bureau d'études, ateliers textiles, structures aluminium et inox, contrôle qualité, logistique). Les équipes audiovisuelles sont les bienvenues pour des séquences en atelier.

Interviews : Pascal Cardi (Président-Directeur général) et Catherine Cardi (Directrice Marketing) sont disponibles pour des entretiens individuels, sur demande.

CONTACTS PRESSE

Véronique Hemet Largeau

Bubble Communication

vlargeau@agencebubble.com - Tél. +33 (0)6 51 49 61 16

Catherine Cardi - Directrice Marketing NVequipment

ccardi@nvequipment.com