



LOISIRS. Malgré la crise, le secteur de la plongée se développe

Palmes, poissons et business

FAUTE DE NEIGE, vous pouvez toujours troquer vos skis pour un masque de plongée. Car, longtemps réservée à des bourses bien garnies, la plongée sous-marine se démocratise, entraînant avec cette pratique tout un business en pleine croissance. Pour preuve le Salon international de la plongée sous-marine, le 18^e du nom, qui s'ouvre à la porte de Versailles (Paris XV^e) à partir de vendredi et jusqu'à lundi. Au programme, quatre cents exposants venus du monde entier et plus de 50 000 visiteurs attendus. « La plongée est un secteur qui marche, analyse Hélène de Tayrac-Senik, présidente du salon. Officiellement, il y a 150 000 licenciés. Mais c'est comme pour le ski, il faut ajouter les pratiquants. On estime qu'il y a plus de 350 000 plongeurs actifs en France. »

Un secteur dynamique, plutôt épargné par la crise

Résultat, avec l'Angleterre, la France est le deuxième marché européen pour la plongée, loin derrière l'Allemagne. Une activité sportive d'autant plus intéressante économiquement qu'elle entraîne avec elle des secteurs très variés : le textile pour la combinaison, l'électronique pour l'ordinateur de plongée, l'optique pour le masque, mais aussi la photographie et surtout le tourisme. « Du fabricant de matériel, comme Aqua Lung, installé près de Nice, au club de plongée, on estime qu'il y a plus de 300 entreprises en France qui vivent de la plongée sous-marine. Cela représente plusieurs milliers d'emplois et des dizaines de millions d'euros de chiffre d'affaires. »

Ce secteur dynamique, relativement épargné par la crise, attire donc de jeunes entrepreneurs (*lire*

encadré). « On a progressé de 4 % par rapport à l'année dernière, se réjouit Gilles Demetz, PDG de Demetz optique sport, société spécialisée dans les masques équipés de verres correcteurs. On a la chance de ne pas connaître la morosité économique nationale. »

En moyenne, un plongeur dépense 2500 € par an, voyage compris, pour son sport. « Pour 1 000 € à 1500 €, on peut avoir un équipe-

ment complet, assure Jean-Luc, à la tête de Simame Plongée, une des plus anciennes boutiques de plongée parisienne (X^e). C'est deux fois moins cher qu'il y a quelques années. Avant, le plongeur type était un homme de plus de 40 ans, plutôt aisé. L'arrivée des femmes et des enfants a dynamisé le secteur. » Ainsi, le patron de Nature et Plongée, Thierry Liebaut, voit son agence spécialisée dans les destinations de

plongée réaliser une croissance de 30 à 40 % par trimestre : « On a ouvert il y a un an et, par chance, il y a 80 pays où on peut plonger ! »

Dans tous les cas, selon Hélène de Tayrac-Senik : « Mettre la tête sous l'eau, c'est bon pour tout le monde. Quand ils remontent à la surface, les gens prennent conscience de la nécessité de protéger les mers et l'environnement. »

V.V.

