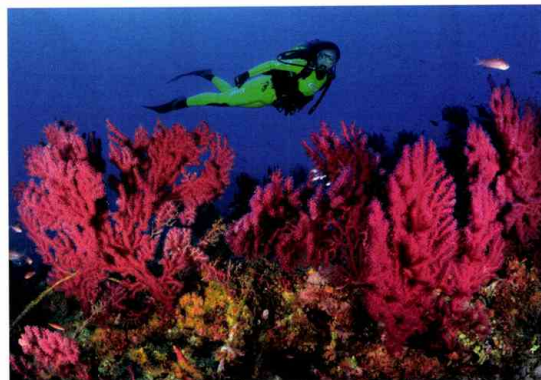




Le marché à l'heure du 18^e Salon international (8-11 janvier)

Vers une sortie des abîmes

2016 : année de la plongée sous-marine ? Malgré de nombreuses difficultés, les acteurs du marché veulent croire à un sursaut. Le 12 octobre sortira au cinéma L'Odyssée, un biopic retraçant la formidable aventure de Jacques-Yves Cousteau. Avec un casting prometteur (Lambert Wilson, Pierre Niney et Audrey Tautou), ce film devrait offrir un magnifique coup de projecteur sur une pratique que les Français apprécient. Hélas, la pression fiscale de plus en plus forte sur les classes moyennes et l'instabilité grandissante dans les pays soumis aux tensions politico-religieuses mettent à mal le marché. Les consommateurs rechignent à s'équiper et privilégient le plus souvent la location sur le lieu de pratique ou l'achat sur les sites de vente en ligne et leurs prix barrés. Cela se manifeste par la fermeture de magasins spécialisés. Malgré ce constat, le marché ne s'écroule pas, mais stagne depuis plusieurs saisons. La 18^e édition du Salon international de la plongée qui diffusera d'ailleurs des images exclusives du prochain film sur le commandant Cousteau est source d'espoir. Hélène de Tayrac-Senik, fondatrice et organisatrice de l'événement, évoque un nombre d'exposants en hausse (autour de 400) sur plus de 13.000 m². "98 % renouvel-



lent leur confiance au salon chaque année", précise l'organisatrice. Une fidélité que l'on retrouve également chez les visiteurs qui sont près de 50.000 à se rendre à la Porte de Versailles à Paris. "Au fil des années, la communauté des plongeurs ne cesse de s'agrandir accueillant toujours plus d'adeptes tant dans la catégorie loisir que dans l'univers de la compétition. L'apnée et la chasse sous-marine sont deux disciplines en plein essor". Les marques répondent en tout cas à l'appel avec cette année encore de belles nouveautés.

Cressi en collaboration avec Guillaume Nery

En 1938, les deux frères Cressi, Egidio et Nanni, démarrent la fabrication de leurs premiers masques et fusils harpons. En 2016, la plus ancienne fabrique de matériel de chasse sous-marine au monde confirme ses ambitions sur deux marchés porteurs. Les plongeurs sont ainsi à l'honneur avec une large



gamme dédiée. Le segment de l'apnée connaît lui aussi une bonne dynamique. Depuis trois ans, la gamme apnée a évolué grâce à la collaboration du champion Guillaume Nery. Cette gamme représente la plus forte progression au niveau des ventes.

Scubapro pense aux enfants

Scubapro a présenté toutes ses nouveautés, dont ses collections dédiées aux enfants ainsi qu'à l'apnée. La marque développe aussi une nouvelle approche "Human Factor Diving" qui s'appliquera à une grande partie de ses produits, dont son nouvel ordinateur de plongée Mantis 2. Human Factor Diving permettra de personnaliser entièrement tous les aspects d'une plongée en utilisant les données biométriques pour se déplacer. La marque travaille aussi sur une combinaison de plongée "écologique" faite de bouteilles d'eau recyclées.



Topstar mise sur le 2 en 1

Créée il y a 40 ans au bord du bassin d'Arcachon, Topstar développe de nouvelles références adaptées pour l'apnée. La discipline en plein essor est moins onéreuse que la plongée bouteille et séduit un public jeune en quête de challenge. Baptisée Duo, la nouvelle combinaison réversible de Topstar est disponible en deux épaisseurs (2,5 ou 5 mm) et présente une face en Néoprène lisse SCS Titanium Alpha idéale pour la nage et une face en Néoprène jersey adaptée à la pratique de la chasse sous-marine.



Aqua Lung célèbre ses 70 ans

Soixante-dix ans après la création d'un détendeur révolutionnaire, le CG45, Aqua Lung continue son développement. La marque a fait l'acquisition l'été dernier de l'américain Pelagic Pressure Systems, fournisseur d'instruments de plongée. La marque lance d'ailleurs cette année sa toute première gamme d'instrumentation : ordinateurs de plongées, manomètres... avec la volonté de devenir leader dans cette catégorie de produits à l'horizon 2020.



Aqua Lung propose aussi un pack anniversaire en édition limitée (679 euros). Chacun des 750 détendeurs Legend LX Supreme 70 vendu uniquement en France et aux Etats-Unis sera numéroté. Le pack contiendra une clé USB, un livre retraçant l'histoire de la marque et un ticket à gratter : 7 gagnants se verront offrir un voyage sur la Côte d'Azur, pour découvrir l'usine Aqua Lung et plonger au large de Monaco.