

L'état des lieux de la plongée à l'heure du Salon (10-12 janvier, Porte de Versailles)

# La famille, valeur refuge

**Le marché français de la plongée affiche un bilan en demi-teinte, moins dégradé qu'on a pu le croire un moment à mi-parcours. Le printemps 2013, marqué par une météo peu favorable, a plombé les résultats des détaillants spécialisés, avec un recul de l'ordre de -10 à -15 %. "Du point de vue du sell-in", note Manuel Cabrere (Aqua Lung), "les indicateurs étaient au vert. Le sell-out, par contre, n'a pas bien fonctionné. Même si notre marque, à titre anecdotique, a réalisé un chiffre record en juillet". Même écho chez Mares. "Les produits très techniques ont été boudés", indique Vincent Prieur. "Beaucoup d'affichages prix en magasin ont été tirés vers le bas". Echaudés, de nombreux magasins ont joué la carte de la prudence et revu à la baisse leurs**

**commandes de fin d'année. "Sur les derniers mois, il y a eu une contraction sensible de la demande de textiles divewear", relève Jean-Christophe Morel (Kanumera). "Heureusement compensée dans notre cas par une progression sur les marchés étrangers". A noter, au rayon des bonnes nouvelles, que les spots régionaux bien équipés font face à une demande en hausse notable, impulsée par les troubles géopolitiques survenus dans le bassin méditerranéen, et confortée par la politique de surimposition fiscale du gouvernement français. Si le monde des pratiquants reste majoritairement masculin, la féminisation graduelle de la plongée se précise et continue à dynamiser le marché. Par Jérôme Marchand.**

## Quatre questions à Hélène de Tayrac, Commissaire générale

**La 15<sup>e</sup> édition du Salon de la Plongée (Paris, 10-12 janvier) prend pour axe la famille, valeur-refuge en période de crise. Le salon accueille 400 exposants (+ 2 %) et vise les 50.000 visiteurs. Entretien avec Hélène de Tayrac.**

### **Accueillez-vous de nouveaux exposants ?**

*Oui, chaque année, il y a un taux de renouvellement de l'ordre de 20 %. Côté fabricants, nous voyons arriver O'Three et Reactor Diving. Côté destinations voyages, l'Indonésie manifeste une très nette volonté de faire parler d'elle.*

### **Pourquoi avoir mis la famille à l'honneur ?**

*Voici deux ans, nous avons privilégié la femme,*

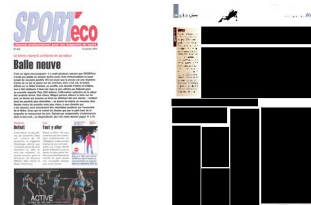
*qui représente 35 % des pratiquants français. Les comportements continuent d'évoluer. A partir du moment où un couple prend l'habitude de faire des sorties sous-marines conjointes, il va tôt ou tard emmener les enfants. C'est un basculement auquel les acteurs spécialisés doivent répondre. De quelles manières ?*

*Les centres de plongée doivent s'adapter. Plus question de laisser les gens se déshabiller à la sauvette sur un parking. Il*

*faut des vestiaires séparés pour accueillir hommes, femmes et enfants. Les équipementiers doivent s'efforcer de commercialiser des packs famille. Et les agences de voyages ont intérêt à développer des assurances, des forfaits et des accompagnements, à l'image de ce qui se pratique déjà dans le ski.*

**Les problèmes de chômage et de suppression fiscale ne vous paraissent pas constituer des freins à**





### la consommation ?

*Non, pas encore. La plongée est un milieu dans lequel les passionnés continuent à dépenser sans trop regarder. Regardez les détenteurs à 700 euros qui se vendent bien ! En revanche, ce que*

*l'on doit noter, c'est que le consommateur a des exigences qualitatives plus marquées. Et moins de patience. C'est ce qu'ont bien compris les boutiques Internet qui livrent en un temps-record, alors*

*que l'on voit encore des magasins en dur prendre des commandes individuelles de Néoprène en mai, pour livrer en septembre. Le secteur traditionnel doit s'ajuster à cette donne. ●*

## Plongée universitaire Lieu d'initiation

*"Je donne des cours en milieu universitaire depuis 19 ans", a expliqué Jean-Paul Chenal, instructeur breveté de l'Université de Caen. "Un de nos particularismes, ici, c'est que nous faisons à la fois des formations d'initiation et de perfectionnement. Sachant que les niveaux 2 et plus demandent de l'encadrement, des combinaisons en Néoprène, beaucoup de structures universitaires en restent au niveau élémentaire, La fréquentation étudiante a baissé voici 7 ou 8 ans, mais on observe une petite reprise depuis 2011. Au total sur une année, nous devons accueillir environ 80 à 90 néophytes, la proportion garçons-filles se situant dans les 75-25. Peu de*

*débutantes vont au-delà du niveau 1. Les marques ? Elles s'intéressent peu à nous et nous considèrent sans doute comme une niche. Ce qui est logique, mais en même temps nous sommes un des rares endroits à faire venir les 18-25 ans à la plongée. Un souhait ? En termes d'équipement, j'aimerais que les packs d'initiation PMT soient un peu moins basiques. La plongée universitaire, cela mériterait un petit effort pour offrir autre chose que des palmes trop courtes ou des masques entrée de gamme. Pour ce qui est des fournitures, nous travaillons avec un détaillant spécialisé installé dans la ville, qui nous consent des tarifs".*