

Une nouvelle vague dans la piscine

Toujours en tête pour la vente de piscines, les réseaux spécialisés plongent désormais sur le marché des équipements, accessoires et produits de complément comme le spa, au potentiel prometteur.

VINCENT POMPOURAC

La piscine n'est plus un luxe. Tel est du moins le constat dressé par le cabinet d'analyse stratégique Precepta (groupe Xerfi) dans une récente étude (lire encadré). "D'un équipement sur mesure réalisé par des artisans souvent issus du bâtiment, les piscines deviennent de plus en plus un produit standardisé", constatent ses auteurs. La possibilité d'installer soi-même sa piscine, sans l'intervention d'un professionnel, et une baisse considérable du prix des produits fabriqués en grande série, et de plus en plus souvent importés d'Asie pour les piscines hors-sol, ont rendu possible cette démocratisation. Sans parler des économies de main-d'œuvre, de moins en moins nécessaires pour bon nombre d'installations.

Ces changements conduisent, poursuivent les consultants de Precepta, à une mutation majeure : "Le passage d'un marché de construction à celui de distribution grand public, où les achats se font en libre-service. Cela modifie l'activité traditionnelle des constructeurs de piscines et élargit la brèche dans laquelle se sont déjà engouffrés les distributeurs non spécialistes, tels que les hypermarchés, les grandes surfaces de bricolage ou plus récemment les jardinerie." Des acteurs comme Casino, Carrefour, Auchan, Leroy Merlin et Castorama ou encore

Truffaut et Jardiland, ont ainsi pris position sur ce secteur.

Toutefois, la part de marché de ces concurrents ne progresse guère, alors que les ventes globales sont en progression : le parc français de piscines privées a augmenté de 8 % en 2006, selon la fédération des professionnels du secteur. Une nouvelle croissance, inférieure toutefois à celle enregistrée en 2005 (+ 9,3 %) et en 2004 (+ 13,8 %). De 2001 à 2006, le nombre total de piscines a ainsi augmenté de plus de 60 %. C'est dire que les spécialistes, parmi lesquels certains réseaux du commerce indépendant organisé, tels que Aquilus (groupe Atlantis), Les Bleues Variations (groupe Diffazur), Piscinelle ou encore Piscines Christine Caron, bénéficient aussi du dynamisme de la demande. Et restent prépondérants sur l'ensemble du marché. La multiplication des piscines hors-sol dans les jardins leur est dans une certaine mesure favorable, considèrent même les auteurs de l'étude Precepta, "puisque'ils vont bénéficier du marché de renouvellement auprès des foyers qui souhaitent monter en gamme et passer à une installation plus durable."

Positionnée sur l'univers du bien-être, Aquilus Spa a été lancée fin 2006 par le groupe Atlantis.

