



enquête • les piscinistes gardent la tête hors de l'eau

1 FRANÇAIS SUR 4 VEUT LA SIENNE

Le marché de la piscine dans le grand bain

4.260 entreprises, 26.400 collaborateurs et plus de 1,5 Md€ de CA. Pourquoi tout le monde veut sa piscine ?

Avec un parc multiplié par 2 en 10 ans pour atteindre 1,67 million de piscines en 2012, les professionnels doivent faire avec la conjoncture et une météo capricieuse. Si l'année dernière, le secteur a ainsi perdu 8% de son CA par rapport à 2011, cela n'a pas empêché l'explosion du nombre d'acteurs. Les solutions pour surnager ? La franchise ou le rassemblement en association, l'innovation et le développement de labels, de services... De quoi séduire les 4 Français sur 10 qui rêvent d'avoir une piscine chez eux* ?

Soleil, soleil !

Importée des USA, la mode des piscines résidentielles arrive en France dans les années 70 et connaît son apogée au milieu des années 2000, avec un pic significatif après la canicule de 2003. Jean-Louis Desjoyaux, pisciniste de la première heure basé à Saint-Étienne (74,7 M€ de CA), a connu cette période faste :

Avec 1,6 million de bassins, la France est le 2^{ème} pays le plus équipé en piscines privées, après les USA.

«En 2007-2008, nous avons réalisé 14.500 piscines, contre 7.800 l'année dernière. Nous nous atten-

ons à produire 7.000 piscines en 2013». La faute au mauvais temps selon le président de la FPP, Philippe Bach. «Que faire lorsqu'il ne pas fait beau de septembre à fin mai ? Pour autant, le carnet de commandes pour les piscines enterrées est assez bien rempli même s'il y a eu des retards de construction en raison des intempéries. La piscine hors sol, quant à elle, reste un achat d'impulsion conditionné par l'ensoleillement. Elle est donc beaucoup plus sévèrement touchée».

Même constat chez la plupart des piscinistes, d'autant que la multiplication de professionnels «affole» le marché : trop d'offres par rapport à la demande. Et cette tendance engendre une véritable guerre des prix entre les professionnels... qui pourrait profiter aux consommateurs. Le marché reste néanmoins porteur. En 1970, on construisait 1.000 piscines hors sol et enterrées par an, 90.000 en 2009 et 60.000 en 2012. D'autant que, si la France compte 1.660.000 piscines familiales sur son territoire (1 piscine pour 40 habitants), le taux d'équipement moyen avoisine 7,5% seulement, jusqu'à 24% dans la région PACA. Une belle progression en perspective pour équiper les foyers français.

Retards dans les permis !

Pour la majorité des piscines résidentielles, la demande préalable de travaux est obligatoire depuis 2007 (le permis de construire n'est obligatoire que si le bassin fait plus

de 100 m² ou que la partie couverte a une hauteur supérieure à 1,80 m). Selon la FPP, 5% des demandes préalables de travaux sont refusées chaque année, parfois sans motif réel et sérieux.

La faute à une «méconnaissance des textes dans les mairies» selon la Fédération qui parvient à dénouer les blocages dans 1 cas sur 2.



>> Stop arnaques, le magazine fondé par Julien Courbet évoque de nombreux problèmes.



Carré Bleu invente la piscine décorative

Carré Bleu (11,5 M€ de CA), spécialisée dans la construction de piscines en maçonnerie traditionnelle sur mesure, est présente sur le marché français depuis 40 ans. C'est grâce à son positionnement haut de gamme, mais aussi à la rénovation, l'équipement et la maintenance de bassins existants que l'enseigne envisage l'avenir avec optimisme.

Comment votre activité se porte-t-elle ?

Éric Andrieu : *Le marché de la piscine est resté très dynamique jusqu'en 2011, particulièrement le créneau du haut de gamme sur lequel se positionne Carré Bleu qui a ainsi pu*

maintenir un bon niveau d'activité sur le neuf, mais aussi sur le parc existant avec le développement de la rénovation. Depuis 2012, le secteur accuse un repli, avec cette année des conditions météorologiques particulièrement défavorables à notre activité. Comme l'ensemble des professionnels, Carré Bleu s'en trouve impactée, enregistrant une légère baisse de son activité.

L'innovation fait-elle partie des solutions ?

EA : *Carré Bleu n'est pas un fabricant et ne dispose donc pas de service R&D. Néanmoins, l'enseigne s'appuie sur les innovations techniques et technologiques*

développées par ses partenaires, en effectuant une sélection rigoureuse des produits et matériels référencés, certains d'entre eux étant d'ailleurs développés exclusivement pour Carré Bleu. Nous concevons et réalisons des piscines entièrement personnalisées, avec l'ambition de créer un projet valorisant, esthétique et fiable. Parmi les dernières innovations : la piscine à parois de verre. Une prouesse technique et technologique rendue possible par l'expérience et l'expertise de Carré Bleu, partagées avec les meilleurs ingénieurs qui ont mis au point le procédé breveté Aquaglass.



Éric Andrieu, directeur général de Carré Bleu International

Quels sont les modèles et les équipements qui séduisent ?

EA : *Parmi les grandes tendances Carré Bleu, les piscines semi-enterrées, véritables "objets" de décoration ; les petits bassins qui permettent de répondre aux problématiques des petits espaces, notamment en ville ; les couloirs de nage*

pour créer un espace tonique et sportif... mais aussi les projets associant espace de baignade et bassin d'agrément pour des créations architecturales personnalisées. La grande majorité des piscines construites par Carré Bleu est sur-équipée : pompe à chaleur pour le chauffage, couverture automatique de sécurité, stérilisateurs UV pour le traitement de l'eau (solution efficace et éco-responsable), nage à contre-courant, projecteurs LED couleur et même parfois de haut-parleurs intégrés pour sonoriser le bassin. L'objectif ? Réaliser pour chaque client une piscine unique.

Entre artisanat et industrie

4.260 entreprises interviennent sur le marché des piscines en France**, employant 26.400 personnes pour un CA de 1,5 Md €. Parmi elles, 360 fabriquent et distribuent du matériel (B to B) pour un CA de 484 Mds € et 3.540 vendent des piscines et des services directement auprès des consommateurs

(B to C) générant 1,04 Md € de CA. Chez ces vendeurs, 2 typologies de professionnels : des installateurs sous enseigne, synonyme d'un produit particulier fabriqué et distribué par un réseau (50%) et des piscinistes indépendants qui achètent leurs éléments chez des distributeurs ou fabricants de matériel. Entre franchisés et indépendants, difficile de déterminer qui s'en

sort le mieux. Probablement ceux qui n'essayent pas de vendre plus mais plutôt de vendre mieux, misant notamment sur les services.

À mi-chemin entre la franchise et la société familiale, des acteurs comme le groupe Desjoyaux, et sa 4^{ème} génération d'entrepreneurs, qui mise sur le «made in France». «Nous sommes concepteurs, fabricants et revendeurs via un réseau

enquête • les piscinistes gardent la tête hors de l'eau



Waterair surfe sur la piscine pour tous !

Depuis sa création il y a 40 ans, Piscines Waterair (55 M€ de CA) a équipé 85.000 foyers en France et en Europe. Avec ses piscines en kit, prêtes à installer seul ou aidé d'un professionnel, l'entreprise basée à Seppois-le-Bas en Alsace profite de la tendance du «do it yourself» en promettant de réaliser une économie de 5.000 € sur un projet piscine.

Waterair s'est fixée comme objectif de «démocratiser la piscine...»

Jacques Braun : Notre mission est de permettre aux classes moyennes supérieures européennes de s'offrir une piscine enterrée de qualité en

réalisant jusqu'à 50% d'économie grâce au kit, par rapport aux techniques traditionnelles. Nos piscines, plus de 200.000 variantes de tailles, formes, couleurs, sont personnalisées et adaptées au terrain de nos clients. Elles sont fiables avec une garantie de 20 ans sur la structure. Elles sont faciles à installer par un bricoleur, ce qui permet des économies sur la main-d'œuvre.

Vous proposez également des équipements, accessoires... Une manière de pérenniser l'entreprise ?

JB : Outre la piscine, qui représente 70% de notre CA, nous proposons une gamme de produits de traitement d'eau et

d'accessoires adaptés à chaque piscine mais aussi la rénovation du liner, des filtrations... Ces deux activités, en constante progression, représentent désormais 30% de notre CA.

Le capital de Waterair est détenu à 80% par l'équipe de direction et 20% par des investisseurs financiers. Pourquoi cette ouverture ?

JB : Avec 300 salariés, le groupe Waterair est une ETI. Sur le plan de l'organisation du capital, j'ai souhaité concilier les avantages d'une entreprise familiale, dirigée par son actionnaire majoritaire, à l'ouverture du

capital aux managers de talents et investisseurs "professionnels" [NDLR : CM CIC Finance et Alsace Croissance], histoire de pouvoir jouer dans la cours des



Jacques Braun, P-DG de Waterair

grands ! Pour moi, c'est une excellente façon de sécuriser le développement du groupe et ça marche : nous sommes leaders européens sur notre segment de marché et classé 10^{ème}

par nos salariés au baromètre Great Place to Work (2010) ! La preuve qu'il est possible de concilier la satisfaction client, l'épanouissement professionnel des salariés et la rentabilité des capitaux investis.

de 162 concessionnaires en France et dans 85 pays. Et nous sommes très fiers de tout fabriquer en France, 90% sur notre site à Saint-Étienne. Nous avons d'ailleurs massivement investi dans l'outil de travail, plus de 50 M€ depuis 2008. Et cela ne nous coûte pas plus cher aujourd'hui de produire en France plutôt qu'en Chine. L'usine est

réglée au cordeau, nous avons fait la chasse au gaspi et nos marges ont pris 15 points depuis 2007 !», se félicite Jean-Louis Desjoyaux.

Une image à redorer

Retards de livraison, obsolescence des équipements, opacité des tarifs...

les piscinistes ne jouissent pas toujours d'une réputation sans tache. Malgré de nombreux textes de loi protégeant le consommateur, les arnaques subsistent par la faute d'une minorité de professionnels peu scrupuleux... qui font du mal à l'ensemble du secteur. D'autant que n'importe qui ou presque peut s'improviser installateur. Il existe bien



Diffazur Piscines

Diffazur : «Un placement qui améliore le patrimoine»

Fabriquant depuis 1974 des piscines en béton armé monobloc, Diffazur (30 M€ de CA) n'a pas échappé à l'attentisme ambiant, enregistrant -20% de ventes. «*Les gens ont reporté leur projet*», analyse Gérard Binielli. Un constat qui a obligé le souriant P-DG de l'entreprise basée à Saint-Laurent-du-Var à se remettre en question. «*Notre philosophie, c'est qu'une situation donnée ne peut pas justifier l'échec. Nous avons perdu 8% du CA, certes, mais nous le récupérons depuis 2010, en misant sur la qualité*», explique celui qui investit 2% de son CA dans la R&D. Après l'introduction en France dès 1974 des 1^{ères} piscines «formes libres» en gunite (mélange de béton et de sable projeté), des plages immergées (1980) ou des revêtements colorés (1995),

Diffazur mise toujours sur l'innovation avec le lancement plus récent de piscines contrôlées par domotique ou à économie d'énergie.

Positionné sur le secteur haut de gamme, avec des piscines entre 20.000 et 100.000 €, le pisciniste varois ne veut pas entrer dans la guerre des prix que se livrent certains de ses concurrents. «*Une piscine en dur et de qualité représente un réel placement dans la pierre. Contrairement à certains de nos confrères qui sont des industriels, nous sommes constructeurs. Nous avons fait ce choix exigent il y a 40 ans, avec tout ce que cela implique comme contraintes, savoir-faire, obligations...*

Mais notre technologie nous permet de répondre à toutes les attentes, même les plus folles», argue Gérard Binielli.



Gérard Binielli, P-DG de Diffazur

Après avoir testé la franchise il y a 20 ans, Diffazur a préféré réduire le nombre de ses points de vente, tous en propres désormais, une dizaine seulement sur le bassin méditerranéen et à Paris,

Nantes et Bordeaux. «*En France, le franchisé a toujours l'impression d'être mangé par le franchiseur. Il n'est pas en osmose et cela pénalise la stratégie globale*». Un problème que ne connaît pas Diffazur qui recevait en octobre 2012 le prix Image Entreprise, décerné aux PME qui ont su se développer et révéler une image.

un Brevet professionnel des «métiers de la piscine» et une formation de «technicien de construction et de maintenance des piscines» dispensée par l'AFPA mais, dans les faits, ce sont surtout les fabricants qui proposent leur propre formation aux installateurs.

Pour rassurer le client, la FPP lançait fin 2012 la marque Propiscines, à laquelle une centaine de piscinistes ont déjà adhéré, dont Jean-Louis Desjoyaux, «*parce que c'est forcément une marque de sérieux*». Cette charte «*crée des obligations en matière d'information et de service client, de qualité de travail, de sécurité et de préservation de l'environnement*», explique Philippe Bach, qui reconnaît

cependant que Propiscines est avant tout une marque d'engagement, et que la charte reprend des conditions déjà imposées par la loi. «*Les certifications ne garantissent rien en soi. Le plus important pour le particulier est de choisir des professionnels reconnus, qui jouissent d'un bouche-à-oreille favorable et qui existent depuis de nombreuses années*», se défend-il. Avec ou sans label, tous attendent le retour du soleil... avec impatience. Ça devrait finir par arriver !

Louise Roumieu

*Source : TNS Sofres 2011
**Source : FFP/1+C
(institut européen d'informations et de conjonctures professionnelles)

Ces entrepreneurs qui se jettent à l'eau

Piscinelle partage son savoir

Basée à Domont dans le Val-d'Oise, Piscinelle crée, fabrique et distribue des piscines enterrées. Son offre est enrichie d'une gamme exclusive d'accessoires.

L'entreprise, qui s'appuie sur 30 ans d'innovations, a lancé en février 2013 son Académie de la piscine : peu importe la marque, le modèle ou le prestataire choisi, cette formation innovante et gratuite a vocation de fédérer tous ceux qui rêvent de construire leur propre piscine !

CA : 9 M€



Aquilus Piscines voit petit

C'est de Saint-Rambert d'Albon dans la Drôme que le groupe, né dans les années 80, expédie vers la France entière ses piscines en kit de

fabrication française garanties 25 ans. Dotée d'une cinquantaine de concessionnaires et surfant sur la tendance des mini-bassins, elle propose pour 2013 une piscine XS (4,25 x 2,25 m) accessible aux plus petits budgets (à partir de 6.839 €).

CA : 10 M€



Magiline 100% français

Fondé en 1994, le concept de Magiline intègre l'ensemble de la chaîne de valeurs pour offrir aux installateurs et particuliers des piscines faciles à vivre et à installer. Basé à Troyes, le concepteur-fabricant labellisé Origine France

Garantie, aux 87 brevets internationaux, compte plus de 200 concessionnaires, en France et dans 26 pays.

CA : 26 M€

