

Piscines : le jackpot de la sécurité

Les 800.000 propriétaires doivent s'équiper avant l'hiver. Ruée sur les alarmes anti-noyade. Une PME provençale rafle ce marché

Jonathan Bouchet-Petersen

C'EST l'un des best-sellers de l'été. Un gros tube plongé à 15 centimètres dans la piscine. Il déclenche une alarme quand un corps chute dans le bassin. Depuis le retour des beaux jours, ce détecteur fabriqué par une PME provençale, MGI, se vend à merveille. Et pour cause. Les 800.000 propriétaires de piscines privées sont sous pression. Il ne leur reste que quelques mois pour installer un dispositif de sécurité aux normes : alarmes, barrières, bâches mécaniques...

Pour prévenir les noyades – première cause de mortalité par accident domestique chez les moins de 4 ans –, le gouvernement a fait adopter en janvier 2003 une loi leur imposant de s'équiper avant le 1^{er} janvier prochain, sous peine de payer une amende de 45.000 €. Autrement dit, c'est le dernier été pour effectuer les travaux. Seule une piscine sur quatre est aujourd'hui correctement équipée. « Tout le monde ne sera pas prêt en temps et en heure, prévoit-on chez MGI. S'il y en a 300.000 à la fin de l'année, ce sera déjà bien. Il faudra attendre 2008 pour voir 80 % des propriétaires aux normes. »

Le marché de la sécurité pour les piscines connaît un boom sans précédent. MGI prévoit de vendre 100.000 alarmes cette année, contre 55.000 l'an dernier. La PME établie à La Ciotat (Bouches-du-Rhône) croule sous les commandes et « n'a pas la capacité d'équiper tous ceux qui souhaitent l'être cet été », reconnaît son PDG et fondateur, Anthony Ginter. Les alarmes se taillent la part du lion : elles représentent la moitié des dispositifs de sécurité vendus. Et 90 % de ces produits sont signés MGI.

Pour l'entreprise provençale, c'est le jackpot. La PME, entrée en Bourse le 23 juin, vit un été merveilleux. Elle a déjà dépassé ses objectifs de vente, et devrait doubler son chiffre d'affaires cette année.



Le détecteur fabriqué par MGI. L'alarme se déclenche lorsque quelqu'un tombe dans la piscine. DR

Un succès qui s'explique surtout par le faible prix de ses « détecteurs d'immersion ». Le Sensor Premium, modèle d'entrée de gamme, est vendu 690 €. Star du marché, il représente 80 % du chiffre d'affaires de MGI. Les barrières fabriquées par d'autres entreprises françaises (PSE, Albiès, Annonay Production, etc.) coûtent de 1.500 à 5.000 €. Les bâches et les volets roulants (une vente sur cinq), plus de 5.000 €.

« Tout a commencé dans mon jardin », raconte Anthony Ginter. En 1995, ce père de famille s'inquiète de voir son jeune fils et ses amis jouer à proximité de la piscine familiale. « J'ai cherché à voir ce qui existait sur le marché, explique-t-il. Mais à l'époque on ne trouvait que des barrières, et il était hors de question que je gâche mon jardin avec une telle installation. »

Avec l'aide d'un ami ingénieur, il cherche alors à concevoir « un produit faisant bip-bip quand quelqu'un tombe dans la piscine ». Le principe est simple : un capteur mesure la pression de l'eau et repère les variations anormales, synonymes de chute. Problème : les pre-

miers modèles peinent à distinguer le plongeur d'un ballon et celui d'un enfant. Et les fausses alertes sont légion. Les deux compères devront tâtonner pendant sept ans avant de trouver les bons réglages. « Notre technologie est brevetée, mais n'a rien d'exceptionnel. Notre principale force est d'avoir eu l'idée les premiers », reconnaît Anthony Ginter.

La loi de janvier 2003, initialement rédigée par Jean-Pierre Raffarin lorsqu'il était sénateur, tombe comme une divine surprise. « Notre chiffre d'affaires a été multiplié par sept en quelques mois, se souvient Anthony Ginter. Cela a été du bonheur, mais aussi un sacré challenge à relever. Nous n'étions encore qu'une petite société ; nous faisons le tour des boîtes aux lettres à moto. » Aujourd'hui l'entreprise emploie plus de 20 personnes et réalise 16 millions d'euros de chiffre d'affaires. Dès le mois prochain, MGI prévoit de s'installer en Espagne, deuxième marché européen avec ses 700.000 piscines. Une implantation sur « le gigantesque marché américain » (8 millions de bassins) est également à l'étude. Mais pas avant 2007.

Leader, MGI ne se repose pas sur ses lauriers. « 3 % du chiffre d'affaires est consacré à la recherche et au développement », rappelle Anthony Ginter. Le Wind Control, dernière innovation maison, équipe les trois nouveaux modèles sortis en 2005. « Ce système diminue de 85 % les déclenchements intempestifs causés par un vent violent », assure le patron. C'était le principal reproche adressé aux détecteurs d'immersion. « Dorénavant, il faut des coups de bambou énormes pour que nos alarmes sonnent par erreur. Et quand le vent est vraiment trop fort, le système prévient qu'il va avoir du mal à analyser et conseille de redoubler d'attention. » Comme le rappellent tous les vendeurs de dispositifs de sécurité, rien ne remplace la vigilance d'un adulte.