

# VI Salón internacional de la piscina de Barcelona



Cita europea de los profesionales de la Piscina, el Salón de Barcelona ha reunido a 366 expositores directos de 25 Países, representando a 485 Empresas que recibieron a más de 18.000 visitantes procedentes del mundo entero. Ocasión privilegiada para que los profesionales conozcan las últimas novedades, tanto en técnicas de la construcción como en tratamiento del agua, cubiertas, spas y saunas... Ocasión igualmente para confirmar el lugar cada vez más destacado que ocupa el mercado europeo de la Piscina en el concierto mundial y, en particular, el dinamismo de España y Francia. En efecto, estos dos Países encabezan el mercado europeo, tanto por el número de piscinas anualmente construidas como por la importancia de su industria. Barcelona es cada dos años, alternando con Lyon, punto internacional de encuentro y negocio en Europa. La próxima cita en Barcelona, donde esperamos volver a encontrarnos todos, se ha fijado del 5 al 8 de octubre del 2005. Con nuestra felicitación navideña reciban nuestros mejores deseos de Felicidad, Salud y Prosperidad en este año 2004 que ahora empieza. Barcelona, diciembre 2003

*The Barcelona Show , the European meeting point for the Swimming Pool trade , has brought together 366 direct exhibitors coming from 25 countries and representing 485 companies they were visited by over 18.000 trade visitors from all over the world.*

*An outstanding opportunity enabling the trade to see the latest developments in building techniques and in water treatment , covers, spas and saunas. It also affords the opportunity to confirm the increasingly outstanding position of the European Swimming Pool market worldwide and especially, the vigour of the Spanish and French markets. In fact, in terms of the number of pools built each year and the importance of their industries both these countries lead the European market.*

*Barcelona is every other year , alternating with Lyon, the international meeting point for the swimming pool business in Europe. The next meeting in Barcelona , where we hope to meet you all, has been set for 5 to 8 October 2005.*

*In the meantime, at this time of Christmas and the New Year festivities, we wish all the professionals in the Swimming Pool sector , Happiness, Health and Prosperity Barcelona, December 2003*

*Le rendez-vous des professionnels de la piscine en 2003, le Salon de Barcelone, a réuni 366 exposants de 25 pays, représentés par 485 entreprises qui ont reçu plus de 18 000 visiteurs en provenance du monde entier.*

*Une occasion privilégiée pour les professionnels de connaître les dernières nouveautés, tant en techniques de construction comme en traitement de l'eau, couvertures, spas et saunas. Opportunité également de confirmer à chaque fois, la place prépondérante qu'occupe le marché européen de la piscine sur le plan mondial, et en particulier le dynamisme de l'Espagne et de la France. En effet, ces deux pays, sont largement en tête du marché européen, tant par le nombre de piscines annuellement construites que par l'importance de son industrie. Tous les deux ans, en alternance, Barcelone et Lyon, points internationaux de rendez-vous pour les entreprises des métiers de la piscine, sont les incontournables du négoce dans ce domaine. Le prochain rendez-vous à Barcelone, où nous comptons bien tous vous retrouver est déjà fixé du 5 au 8 octobre 2005.*

*En attendant cette date, nous souhaitons à tous les professionnels du secteur de la piscine, un JOYEUX NOËL accompagné de tous nos VOEUX DE PROSPERITE pour l'année 2004. Barcelona, décembre 2003*



Evolución del Salón

Exhibition Evolution

Évolution du Salon

	1994	1995	1997	1999	2001	2003
TOTAL M2 BRUTOS / Gross Space	9.827	13.407	14.540	31.997	42.951	69.699
TOTAL M2 NETOS / Net Space	4.906	7.072	9.032	14.241	19.634	21.585
NACIONALES / Nationals	3.894	4.390	6.924	10.064	12.554	12.853
INTERNACIONALES/ Foreigners	1.012	2.682	2.108	4.177	7.080	8.732
TOTAL EXPOSITORES / Total Exhibitors	185	240	271	341	373	485
DIRECTOS / Direct	106	140	183	264	314	366
NACIONALES / Nationals	89	111	127	149	177	176
INTERNACIONALES / Foreigners	17	29	56	115	137	190
INDIRECTOS / Indirect	79	100	88	77	59	119
NACIONALES / Nationals	17	21	20	15	13	28
INTERNACIONALES / Foreigners	62	79	68	62	46	91
PROCEDENCIA DE LOS EXPOSITORES DIRECTOS Attending countries (with stand)	7	9	12	14	21	25
TOTAL VISITANTES / Total visitors	8.136	9.241	10.946	13.421	15.063	18.087
PROFESIONALES / Profesionals (control Fir@key)	5.429	6.941	8.160	11.602	13.577	16.179
NACIONALES / Nationals	4.530	5.944	6.504	8.933	10.271	10.311
INTERNACIONALES / Foreigners	899	997	1.656	2.669	3.306	5.688
Venta tickets / Tickets	1.648	1.199	1.806	1.250	1.032	1.908

# VI Salón internacional

Desde la primera edición en 1994, el Salón Internacional de la Piscina en Barcelona ha concentrado mayor número de participantes extranjeros que cualquier otra feria comercial, reconocido en Europa como uno de los certámenes profesionales más internacionales.

*Since its first event held in 1994, the International Swimming Pool Expo in Barcelona has recorded a higher number of foreign participants than any other Trade Show and is now recognised in Europe as one of the most internationally attended events.*

*Depuis le premier événement en 1994, le Salon International de Barcelona a réuni un nombre plus grand de participants étrangers que n'importe quel autre Salon d'Exposition et il est actuellement reconnu en Europe comme un des événements les plus internationaux.*

Este evento es una de las muchas ferias organizadas por FIRA de Barcelona, líder en España en el sector de ferias industriales y comerciales. Piscina 2003 está entre los cuatro salones comerciales punteros en Europa.

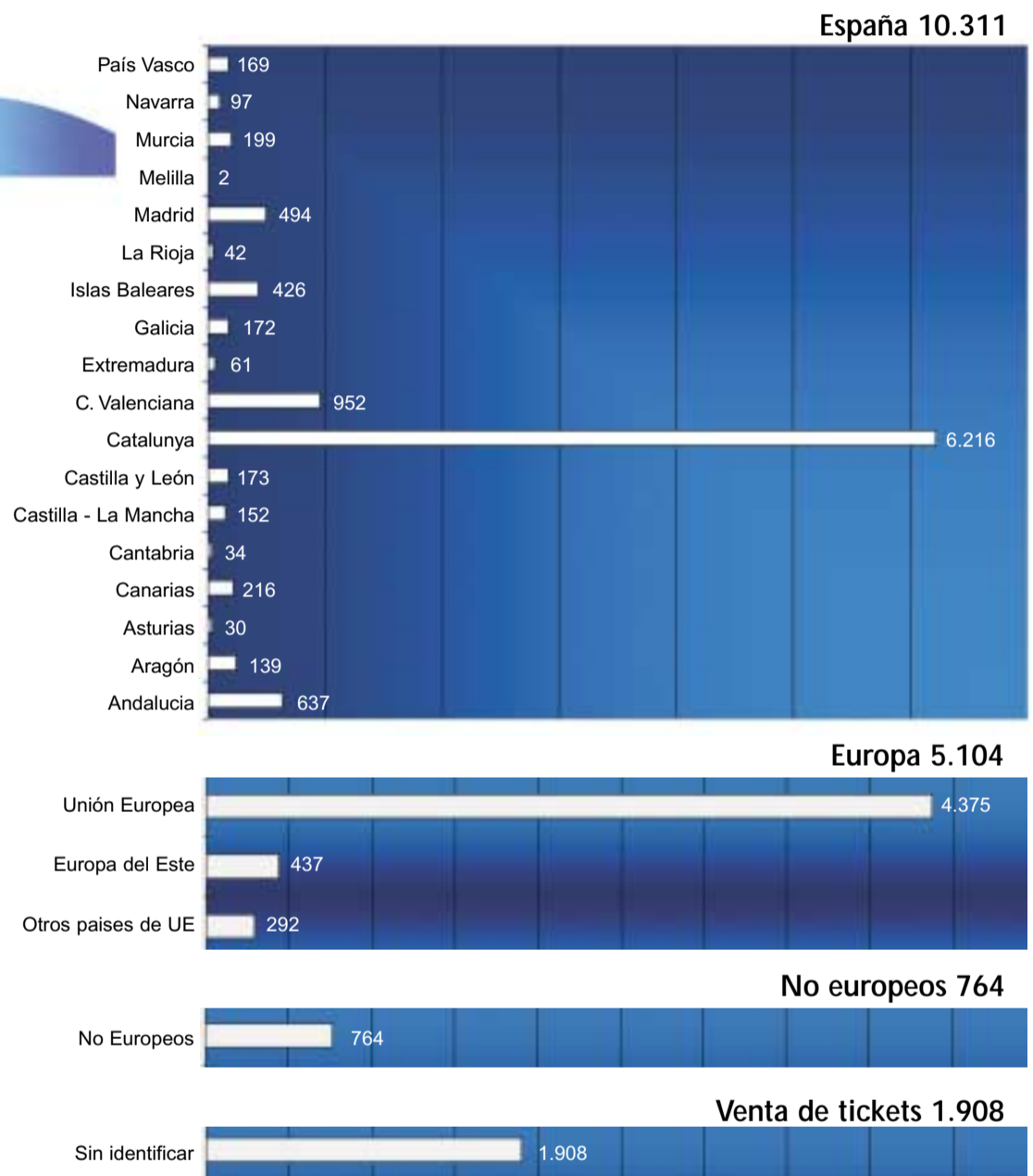
En esta última edición, el 52% de los expositores fueron extranjeros, 366 stands presentes, 487 productos, 26.654 m2 de superficie. La participación de empresas extranjeras se ha incrementado en un 40% desde el año 2001. Francia 63, Reino Unido 21, Italia 21, EE.UU. 18, Alemania 8, Argentina 3, Australia 6, Austria 2, Bélgica 7, Brasil 3, Canadá 3, China 3, Grecia 1, Hong Kong 2, Israel 2, Japón 1, Países Bajos 10, Portugal 4, República Checa 1, Rumanía 1, Rusia 2, Sudáfrica 4, Suecia 1 y Turquía 3.

*This event is one of the many trade shows of FIRA de Barcelona, the leading organiser of Industrial and Trade Exhibitions in Spain. Piscina 2003 (Swimming Pools) is one of the top four of all Trade Show events in Europe. This year, 52% of exhibitors were from abroad, 366 stands represented 487 companies' products and services, occupying 26.654 m2 of exhibition space. Foreign company involvement has increased 40% since 2001. France 63, UK 21, Italy 20, USA 18, Germany 8, Argentina 3, Australia 6, Austria 2, Belgium 7, Brazil 3, Canada 3, China 1, Netherlands 10, Portugal 4, Czech Republic 1, Rumania 1, Russia 2, South Africa 4, Sweden 1 and Turkey 3.*

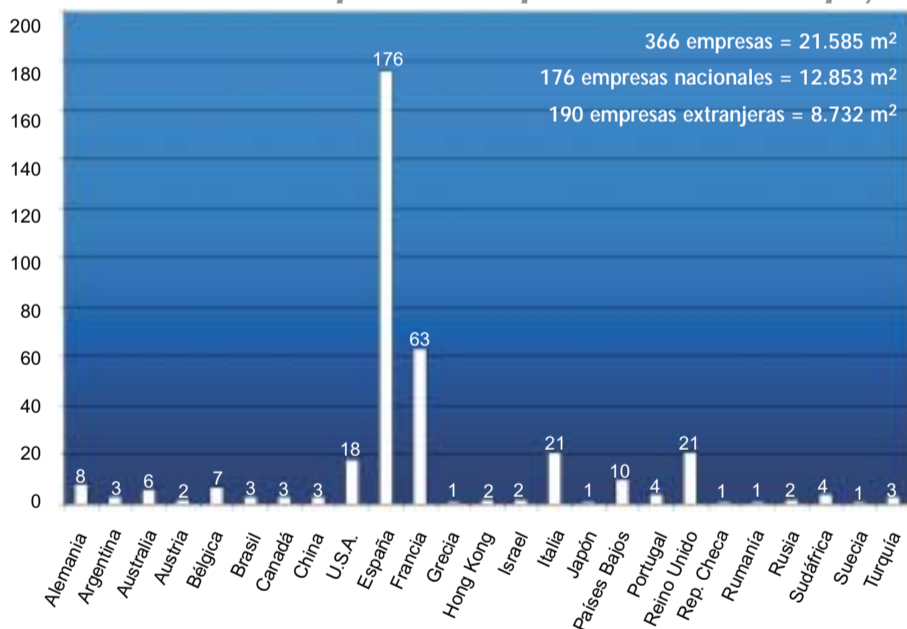
*Cette exposition fait partie des Salons de Fira de Barcelona, l'organisateur le plus important des expositions industrielles et commerciales en Espagne. Piscina 2003 est un des quatre Salons commerciaux les plus importants d'Europe. Cette année, 52% des exposants étaient étrangers. 366 stands représentant les produits et services de 487 entreprises, l'exposition occupait 26.654m2. La participation d'entreprises étrangères a augmenté de 40% depuis 2001. France 63, GB 21, Italie 20, USA 18, Allemagne 8, Argentine 3, Australie 6, Autriche 2, Belgique 7, Brésil 3, Canada 3, Chine 1, Danemark 10, Portugal 4, République Tchèque 1, Roumanie 1, Russie 2, Afrique du Sud 4, Suède 1 et Turquie 3.*



## Un total de 18.087 Visitantes / Visitors / Visiteurs



## Expositores procedentes de 25 Países / Exhibitors coming from 25 countries / Exposants en provenance de 25 pays



## Premios / Awards / Prix

El Premio Piscina 2003 a la Innovación Tecnológica que otorga el Salón bajo el veredicto de un jurado configurado por representantes de la prensa internacional especializada, recayó en el sistema de seguridad Happy Bath, fabricado y comercializado por la empresa Happy Pools, de Ciudad Real. Asimismo, el Premio Piscina 2003 al Mejor Stand del salón se adjudicó a la firma Polaris Pool Internacional especializada en la fabricación de limpiafondos automáticos para piscinas.

*The 2003 Award for Swimming Pool Technological Innovation, awarded by the Show following the verdict of a foreign press jury went to the Happy Bath safety system, manufactured and marketed by the Happy Pools company. The 2003 Swimming Pool Award to the Best Stand was given to the Polaris Pool International, which is specialised in the production of automatic pool cleaners.*

*Le Prix Piscina 2003 à l'Innovation Technologique décerné par le jury du Salon, composé par des représentants de la presse étrangère, a été remis au système de sécurité Happy Bath, fabriqué et commercialisé par Happy Pools. Le prix a la décoration du stand a été pour Polaris Pool International, entreprise spécialisée dans la fabrication de robots pour le nettoyage automatique du fond des piscines.*



## Demostraciones / Demonstrations / Démonstrations

Las conferencias y mesas redondas celebradas en el marco del Salón tuvieron una gran acogida por el colectivo profesional del sector, quien ha destacado también el acierto de incorporar una zona de demostraciones prácticas y ha solicitado potenciar este espacio en futuras convocatorias. Se estima en 900 personas la asistencia de público a las conferencias, mesas redondas y demostraciones.

*The lectures and round table discussions held in the setting of the show were very well attended by sector professionals, who also approved the decision to include a practical demonstration area and has requested that this space should be increased in future shows. It is estimated that 900 persons attended the lectures, round table discussions and demonstrations.*

*Les conférences et les tables rondes célébrées dans le cadre du salon ont été très favorablement accueillies par le collectif des professionnels du secteur lequel a aussi apprécié l'incorporation d'une zone de démonstrations pratiques, demandant que cette espace soit renforcé dans les prochaines éditions. On estime que les conférences, tables rondes et démonstrations ont attiré la participation de 900 personnes.*



# ional de la piscina

## Preguntamos a la prensa y a visitantes internacionales

Asking the Press and foreign visitors / Enquête a la presse et aux visiteurs étrangers

¿Qué aspectos destacaría de la sexta edición del Salón Internacional de la Piscina de Barcelona: internacionalidad, novedades técnicas, contactos profesionales...?

Which aspects would you highlight of the 6th Barcelona International Swimming Pool Show: internationality, technical innovations, professional contacts?

Quels aspects souligneriez-vous du 6ème Salon Internationale de la Piscine de Barcelone : son internationalité, ses innovations technologiques, les contacts professionnels?

### Prensa / Press / Presse



**Richard Hubbard**, Canadá. Editor de Pool & Spa Marketing Magazine

El Salón me pareció muy profesional tanto por su tamaño, como por su distribución y la decoración de los stands. Sin duda es equiparable a las ferias que se celebran en Norteamérica. Me sorprendió el enorme interés suscitado por los spas y considero que éste es un mercado creciente en Europa. Los mercados de la piscina continúan

con mucha pujanza y en mi opinión su Salón continuará creciendo. También fue sorprendente el número de expositores extranjeros especialmente de Australia y Norteamérica y desde luego había una gran diversidad internacional de participantes de muchas partes de Europa y de otros países. Se expusieron importantes nuevos productos. También se pudieron apreciar unas decididas tendencias exclusivamente europeas tal como la proliferación de las piscinas de fibra de vidrio monocoque. El "Salón Internacional de la Piscina" es un líder en el mercado

Europeo y es de obligada participación para cualquier fabricante que lleve a cabo negocios en Europa.

*I found the show to be very professional in size, layout and booth decor. It would certainly rate equal to the shows that are produced in North America. I was surprised at the overwhelming interest in spas and see it as a growth market in Europe. The swimming pool markets continue to be very strong and your show should continue to grow. Also surprising were the number of foreign visitors especially from Australia and North America and there was a definite national diversity of attendees from many parts of Europe and beyond. There appeared to be some strong new products on display and some definite trends that are unique in Europe such as the proliferation of one piece fiberglass pools. The "Salón Internacional de la Piscina" is a leader in the European market place and should be a must for any manufacturer doing business in Europe.*

*J'ai trouvé le Salon très professionnel en ce qui concerne sa dimension, sa disposition et décoration. On pourrait le comparer aux expositions nord-américaines. J'étais surpris de constater le grand intérêt prêté aux spas et le considère un marché en croissance en Europe. Le marché de la piscine continue à être très important et à mon avis votre Salon continuera à faire des progrès. Le nombre d'exposants étrangers a été aussi très surprenant, spécialement ceux de l'Australie et de l'Amérique du Nord. Il y avait certainement une grande diversité internationale des participants de plusieurs régions de l'Europe et autres. Des nouveaux produits importants ont été exposés et on a aussi apprécié des tendances exclusivement européennes tel comme la prolifération des piscines en fibre de verre d'une seule pièce. Le "Salón Internacional de la Piscina" est un leader dans le marché européen et la présence pour les fabricants voulant faire des affaires en Europe y est indispensable.*



**Guy Mémin**, Francia. Redactor Jefe de L'Activité Piscine y de Techniques Piscines

Felicitemos a la reciente edición del salón profesional de Barcelona. La diversidad de los visitantes con los que me he encontrado confirma su posición internacional. Una disposición agradable de los stands, con pasillos anchos que facilitaban el desplazamiento. Sin embargo, ha sido

una gran lástima para el ambiente de este salón y su armonía, que los dos palacios no dispongan de una comunicación cubierta la cual hubiera facilitado un intercambio constante entre los dos edificios. La lluvia se encargó aún más de subrayar esta división, se tenía la impresión de estar visitando dos salones diferentes. Es un extremo a tener en cuenta para la edición del año 2005. Gran número de expositores y visitantes nos han comentado este hecho.

*Congratulations on the recent edition of the Barcelona professional Show. The diversity of visitors I have met confirms the show's international position. Moving around was made easy by a pleasant stand distribution and the wide corridors. However it was a great pity, for this show and its harmony, that the two halls were not joined by a covered roof which would have encouraged a constant exchange of public between the two buildings. Rain made this division even more obvious, one had the impression of visiting two different shows. A great many exhibitors and visitors pointed this out to us and this matter should be taken into account for the 2005 edition.*

*Bravo pour ce dernier salon professionnel à Barcelone. La diversité des visiteurs rencontrés confirme sa position internationale. Disposition agréable des stands et des circulations larges, facilitant les déplacements. Il est par contre très dommage pour l'ambiance de ce salon et son harmonie que les 2 halls n'aient pas une liaison couverte incitant les échanges permanents entre les 2 bâtiments. La pluie renforçant encore cette coupure, on avait l'impression qu'il y avait 2 salons différents. A réfléchir pour l'édition 2005. Ce constat nous a été livré par un nombre important de visiteurs et d'exposants.*



**Lluís López Yuste**, España. Redactor jefe de Piscinas XXI

El Salón Internacional de la Piscina de Barcelona supuso una muestra palpable de la excelente salud que goza nuestro sector en estos momentos, así como un indicador de las excelentes perspectivas de desarrollo que se presentan ante nosotros de cara al futuro. Sin lugar a dudas, el aspecto más importante de esta edición fue la internacionalidad, tanto por lo que se refiere a empresas expositoras como a visitantes. Este hecho confirma que Barcelona es ya uno de los focos más relevantes dentro del mercado europeo e internacional de la piscina y subraya el carácter exportador de las empresas españolas. Por otro lado, destacaría la calidad de los productos presentados por encima de las innovaciones tecnológicas que pude observar. Creo que nuestro sector está realizando un importante esfuerzo y una apuesta decidida por la calidad.

*The Barcelona Swimming Pool Exhibition manifestly proves the excellent state of our sector at present as well as giving an indication of the excellent future prospects for the development of the sector. Undoubtedly the most important aspect of this edition was its internationality, both in respect of the exhibiting companies and the visitors. This fact confirms that Barcelona is already one of the most significant meeting points for the European and international swimming pool markets. It also shows the exporting strength of this Spanish industry. I would also highlight the quality of the exhibits, which was greater than the technological innovations I saw. In my opinion our sector is making a big effort and is betting on producing quality goods.*

*Le Salon International de la Piscine de Barcelone a fait preuve de l'excellente santé dont le secteur jouit en ce moment. Aussi, c'est un indicateur des perspectives exceptionnelles de développement qui se présentent au futur. Sans aucune doute, aspect le plus important de cette édition a été l'internationalité, tant en ce qui concerne les entreprises exposantes comme pour les visiteurs. Ce fait confirme que Barcelona est déjà un des points de repère le plus important du marché européen et international de la piscine et souligne le caractère exportateur des entreprises espagnoles. Je voudrais aussi remarquer la qualité des produits exposés, supérieure aux innovations technologiques. A mon avis notre secteur est en train de réaliser un important effort et a parié par l'aspect qualité.*

**Andrey Balog**, Rusia. Director General de Ediciones de las revistas Banbas y Mundo Soleado

Esta era la segunda vez en la que participamos con nuestro stand en el Salón de la Piscina de Barcelona. Enseguida observamos que, en comparación con la pasada edición, la exposición era significativamente mayor, tanto en lo referido a su superficie como al número de visitantes y expositores. Hicieron su aparición nuevas compañías de varios países y concretamente, Rusia presentó su primer fabricante de filtros y toboganes para parques acuáticos. La cantidad de innovaciones presentadas en el concurso fue impresionante. Sin embargo quisiera destacar de forma especial el gran trabajo realizado por los organizadores con la prensa: el informe sobre los mercados español y europeo, un detallado análisis de la exposición, fotografías, la explicación de innovaciones técnicas. Este cuidado servicio nos brindó muchas oportunidades facilitando que pudiéramos llevar a cabo con eficacia nuestra tarea profesional.

*This was the second time we took part with our stand in Barcelona Swimming Pool Exhibition. At first sight we realised that, compared to last year, the exhibition was considerably bigger in terms of size as well as number of visitors and exhibitors. New companies from different countries appeared, and particularly, Russia introduced its first manufacturer of filters and slides for water parks. The number of innovations that were present at the competition was impressive. However I would specially emphasize the great job that organisers did with the press: the Spanish and European market report, a detailed analysis of the exhibition, photographs, the explanation of technical innovations. This service allowed us to fulfil efficiently our professional tasks because it worked accurately and gave a lot of opportunities.*

*Ce fut la deuxième fois que notre stand exposait dans le Salon de la Piscine à Barcelone et nous avons remarqué à première vue que, en comparaison avec l'année précédente, l'exposition était considérablement plus grande tant en surface occupée, comme en nombre d'exposants et visiteurs. Des nouvelles entreprises de différents pays sont venues, notamment la Russie qui a présenté son premier producteur de filtre et des toboggans pour les parcs aquatiques. La quantité d'innovations présentées au concours a été impressionnante. Mais surtout je tiens à remarquer l'excellent travail que les organisateurs ont fait vis-à-vis la presse: le rapport sur les marchés européen et espagnol, le résumé détaillé de l'exposition, les photos, les descriptions des innovations techniques. Ce service agissait très précisément en nous permettant de profiter des opportunités ce qui a permis de mener à terme nos occupations professionnelles avec efficacité.*



**Federico Maestrami**, Italia. Director de Piscine Oggi

Durante los cuatro días del Salón de Barcelona, la Piscina estuvo representada en todas sus facetas, ofertas y realizaciones, para un público profesional cada vez más amplio. La manifestación superó ampliamente las expectativas desde el punto de vista de la vocación de internacionalidad. Con una presencia extranjera que ha superado el 52%, 370 marcas, 191 provenientes del extranjero y 179 españolas, el certamen de Barcelona se sitúa como uno de los eventos monográficos del mercado de la piscina más internacionales. Barcelona ha sido elegida como puerta de entrada para el mercado europeo incluso por Yamaha, el coloso japonés que ha presentado en esta edición la tecnología prefabricada FRP Pools para piscinas públicas y privadas.

*During the four days that the Barcelona Show lasted, all aspects, offers and sales in the Pool sector were represented to an increasing professional public. The event far exceeded every expectation concerning its international call. The international participation was over 52%, of 370 brands 191 were foreign and 179 Spanish. The Barcelona Show has become one of the most international monographic events in the pool market. Barcelona has been chosen as gateway for the European market even by Yamaha, the Japanese colossus, who has shown its prefabricated FRP Pools technology for public and private pools at exhibition.*

*Pendant les quatre jours du Salon de Barcelone, la Piscine a été représentée dans tous ses aspects, des offres et des réalisations pour un public professionnel chaque fois plus vaste. L'évènement a dépassé toutes les attentes du point de vue de sa vocation d'internationalité. La présence étrangère a surpassé le 52%; de 370 marques, 191 était étrangères et 179 espagnoles. Le Salon de Barcelone s'est situé maintenant comme un des événements monographiques les plus internationales dans le marché de la piscine. Barcelona a été choisie comme la porte d'accès aux marchés européen même par Yamaha, le colosse japonais qui a présenté dans cette édition la technologie prefabriquée FRP pour piscines publiques et privées.*



**Gary Hill, USA.** Director de Aquatics International Hanley Wood Magazines

El Salón es imprescindible para entender mejor que tipo de productos y novedades se dirigen al mercado europeo de la piscina y los spas, y su repercusión de hecho para la industria en los Estados Unidos. Además han aparecido nuevas tendencias que en su mayoría interesarán a los lectores americanos de mi revista. Uno de los descubrimientos más apasionantes fue observar la rapidez con la que crece el mercado europeo. Hasta ahora, muchas empresas americanas no se habían entrado en él porque lo veían demasiado complejo. Sin embargo, al crecer la demanda, predigo que se atreverán cada vez más a cruzar el Atlántico.

*I found the show invaluable in better understanding what products and innovations are driving European pool and spa market -- and what that might mean to the United States industry. Also I discovered a number of interesting trends that my predominantly American readers will be most interested in learning about. One of the most exciting discoveries was learning how quickly the European market is growing. Thus far, many American companies have not expanded into the European market because it is seen as too complex. However, as demand grows, I predict more and more of them will venture across the Atlantic.*

J'ai trouvé le Salon undubitablement positif parce qu'il m'a aidé à connaître quels sont les produits et les innovations qui se dirigent au marché de la piscine et l'spa européen, et les séquences que ce développement va entraîner pour l'industrie aux Etats Unis. En plus, j'ai découvert quelques tendances que mes lecteurs majoritairement américains vont trouver intéressantes à lire. Une des découvertes les plus impressionnantes a été d'apprendre la rapidité avec laquelle le marché européen s'étend. Jusqu'à maintenant, beaucoup d'entreprises américaines ne se sont pas étendues sur le marché européen parce que cela leur semblait trop compliqué. Cependant, avec l'accroissement de la demande, je prévois que de plus en plus d'entreprises vont s'aventurer à traverser l'Atlantique.

## Visitantes / Visitors / Visiteurs



**David C. Close, Australia.** Secretario de Swimming Pool & Spa Association of Queensland

En el estudio económico realizado para "Piscina 2003", FIRA de Barcelona indica que en las áreas de mercado que se atienden desde Barcelona, hay 773.000 piscinas en Francia, 500.000 piscinas en España, 260.000 en Alemania y 155.000 piscinas en el Reino Unido.

Se prevé un gran crecimiento en los nuevos mercados que se están abriendo en el centro y este de Europa (Hungria, República Checa, etc.). Aunque las estadísticas de la FIRA sólo indican la presencia de seis stands australianos, como mínimo estaban expuestos el triple de productos fabricados en Australia. Muchos de ellos son importados y distribuidos por empresas locales, o se importan y vuelven a etiquetar con una marca local. Todos los representantes australianos a los que entrevistamos expresaron su sorpresa por el serio interés manifestado hacia sus productos y por los pedidos que ya habían conseguido. Al parecer ya desde el primer día, todos habían cubierto sus gastos. En conversaciones mantenidas con muchos de los miembros de la FIRA y de FAPS (Federación de Asociaciones de Fabricantes de Equipos y Constructores de Piscinas, Saunas y Spas) se evidenció que Europa está muy impresionada por la calidad, simplicidad e inventiva mostrada por los productos australianos, algunos de los cuales se han ganado ya en el mercado europeo una fama de productos fiables y de mayor venta.

*In its Economic Report released for Piscina 2003, FIRA de Barcelona indicates that in the Market areas services from Barcelona there are 773.000 Pools in France, 500.000 Pools in Spain, 260.000 in Germany and 155.000 Pools in the U.K. and a strong growth is being predicted in new markets opening up in central and east Europe (Hungary, Czech Republic, etc.).*

*Although FIRA's statistics only showed 6 Aussie stands, there was at least treble that amount of Aussie manufactured products on display, many now being imported and distributed by locally registered businesses or being imported and re-badged under a local name.*

*All of the Aussie representatives interviewed were amazed at the serious interest in their products, and extremely pleased at the size of the orders already taken. Everyone seems to have covered their costs of being there - on the 1st day.*

*In discussions with many of the Members of FIRA and FAPS (Federación de Asociaciones de Fabricantes de Equipos y Constructores de Piscinas, Saunas y Spas), it was clear that Europe is absolutely impressed with the quality, simplicity and inventiveness of the Aussie products, some of which have already established a "top shelf" and "reliable" reputation in the European Market.*

Dans son rapport économique publié pour Piscina 2003, Fira de Barcelona informe que dans le marché desservi dès Barcelona, il y a 773.000 piscines en France, 500.000 en Espagne, 200.000 en Allemagne et 115.000 en Angleterre. On prévoit une importante croissance dans les nouveaux marchés de l'Europe Centrale et de l'Est (l'Hongrie, République Tchèque, etc.).

Même si les statistiques de FIRA mentionnent seulement six stands australiens, il y avaient exposés aux moins trois fois ce nombre de produits fabriqués en Australie. Plusieurs d'entre eux sont actuellement importés et distribués par entreprises locales ou importés et étiquetés à nouveau avec une marque locale.

Tous les représentants australiens interrogés ont été surpris de l'intérêt prêté à leurs produits et sont très satisfaits des commandes déjà obtenues. Tout le monde semble être entré dans leur frais dès le premier jour.

En conversations avec les nombreux membres de FIRA et de FAPS (Federación de Asociaciones de Fabricantes y Constructores de Piscinas, Saunas y Spas) il est clair que l'Europe est totalement séduite par la qualité, la simplicité et l'innovation des produits australiens. Quelques-uns de ces produits se sont déjà fait une réputation solide sur le marché européen.



**Alain Joseph, Francia/Líbano.** Vice Presidente de Cederland International Group

La sexta edición del Salón Internacional de la Piscina ha sido muy beneficiosa y provechosa en cuanto a relaciones comerciales.

Personalmente y gracias a esta reunión he podido observar el mercado, los productos y las innovaciones españolas más de cerca. Quisiera también destacar el importante papel de Asofap y de los organizadores en lo referente a la promoción de una imagen muy profesional así como un ambiente realmente agradable que nos ha dado una impresión muy positiva para abrir mercados en España en particular y una impresión igualmente positiva del país en general.

*The 6th Barcelona Swimming Pool Show was very positive and profitable in terms of commercial contacts. Personally, thanks to this meeting I have been able to have a closer look at the market, the products and Spanish innovations.*

*I would also like to emphasize the great role played by Asofap and the organisers in promoting a very professional image and a really pleasant environment which has given us a very good impression of both conducting business in Spain in particular and of the country in general.*

Le 6ème Salon International de la Piscine a été très positif et profitable à l'égard de contacts commerciaux. Pour moi, grâce à cette réunion j'ai pu observer plus de près le marché, les produits et les innovations espagnoles.

Je voudrais faire remarquer aussi le grand rôle de Asofap et des organisateurs quant à la promotion d'une image très professionnelle ainsi qu'une atmosphère vraiment agréable qui nous a donné une impression très positive pour ouvrir les marchés en Espagne en particulier, et une impression également positive du pays en général.



**Salim Makhoul, Libano.** Presidente de Aquarius S.A.L., Lebanese Company of Water Treatment Contracting.

El Salón de la Piscina de Barcelona que tuvo lugar el pasado mes de Octubre, en mi opinión ha representado un éxito total teniendo en cuenta los nuevos contactos efectuados y los resultados obtenidos. Lo que más me ha sorprendido e interesado ha sido el carácter internacional de esta feria. Todos los países industrializados del mundo estaban ampliamente representados. Incluso Australia y la China se presentaron con stand, por cierto muy bien decorados.

Durante el Salón pude iniciar contactos profesionales muy interesantes con empresas españolas, los cuales confío se conviertan rápidamente en colaboraciones fructíferas.

Deseo una larga vida al Salón, que se mantenga y continúe desarrollándose y que tenga en todas sus ediciones futuras el éxito que plenamente se merece.

*From my point of view, the Barcelona Swimming Pool Exhibition which took place in October, was an absolute success in terms of the new commercial contacts and their results.*

*I was really surprised and interested by the international nature of the fair. All the world's developed countries were widely represented. Even Australia and China had their own stands, which by the way were very nicely set up. At the Show I made very interesting new contacts with Spanish companies which I trust will soon result in a very fruitful relationship.*

*I wish the Show a long life, a continued growth and a well deserved success in all future editions.*

La Foire de la Piscine à Barcelona, qui a eu lieu en Octobre 2003, a été une pleine réussite de mon point de vue, étant donné les nouveaux contacts effectués et les résultats obtenus. Ce qui a retenu le plus mon attention a été le caractère international de cette foire. Tous les pays industrialisés étaient largement représentés. Même l'Australie ou la Chine avaient des stands très bien achalandés. J'ai pu démarrer des contacts professionnels très intéressants avec des sociétés espagnoles, qui, j'espère, seront traduits rapidement par une collaboration très fructueuse.

Je souhaite à cette foire longue vie, qu'elle continue à se tenir et à se développer et qu'elle ait toujours le succès qu'elle mérite pleinement.



**Mario Rubén Aranda, México.** Gerente General de Fasse Edificaciones, S.A. de C.V.

Ha sido un verdadero placer visitar el 6º Salón Internacional de la Piscina en Barcelona, España, que me resultó ser no sólo una novedad, ya que en mi País (México), aunque existen sedes similares para realizar exhibiciones, no se ha logrado aún concentrar a un grupo tan numeroso de fabricantes o expositores de este ramo, que representan una gran cantidad de opciones para los constructores de piscinas y prestadores de servicios de manejo del agua. Como constructor, originalmente me interesaba encontrar modelos de piscinas prefabricadas en fibra de vidrio y poliéster, para analizar la posibilidad y conveniencia de comercializarlos en este país; pero además de ello, pude contactar a representantes de diversas empresas que pro-

mueven una enorme cantidad de productos complementarios.

*It was a real pleasure to visit the Sixth International Swimming Pool Exhibition in Barcelona, Spain. It not only turned out to be a novelty, because although in my country (Mexico) we have venues where such exhibitions could take place, it has not proved possible yet to concentrate such a large group of manufacturers or exhibitors in this field, who represent a large amount of options for the pool builders and for the water servicing suppliers. As a builder I was originally interested in finding fiberglass and polyester prefabricated swimming pools in order to analyze the possibility and the convenience of selling them in my country; but I was also able to contact representatives of several companies who promote a very large amount of accessory products.*

Ce fut un très grand plaisir visiter le 6ème Salon International de la Piscine à Barcelone, Espagne. Ce fut quelque chose de nouveau pour moi, même si dans mon pays (Mexique) il s'y trouvent des enceintes similaires pour organiser des expositions, on n'a pas pu encore concentrer un groupe si nombreux de fabricants ou exposants de ce secteur, représentant une grande quantité d'options pour les constructeurs de piscines et les prêteurs de services d'usage d'eau. En tant que constructeur, j'étais initialement intéressé par des modèles de piscines prefabriqués en fibre de verre et polyester afin d'analyser la possibilité et les avantages de sa commercialisation dans mon pays; mais en plus il m'a été possible de faire connaissance des représentants de plusieurs entreprises qui représentent une très grande quantité de produits complémentaires.



El Plan Hábitat de España 2003-2006, pretende dotar de una mayor coherencia a la política de promoción comercial de los productos para el hábitat españoles, reforzando los instrumentos tradicionales de promoción mediante nuevas actividades que permitan mejorar el posicionamiento y la imagen de marca de nuestras empresas en el exterior.

*El Plan Hábitat de España 2003-2006 aims to increase the commercial promotion policy of Spanish housing products, by reinforcing traditional promotion tools. This will be achieved by new activities to improve the positioning and brand image of our companies abroad.*

El Plan Hábitat de España 2003-2006, prétend donner plus de cohérence à la politique de promotion commerciale des produits pour l'habitat espagnol, renforçant les instruments traditionnels de promotion au moyen de nouvelles activités qui permettent d'améliorer le positionnement et l'image de marque de nos entreprises à l'extérieur.

## ¿Porqué el ICEX ha decidido poner en marcha el Plan Hábitat de España?

El sector del hábitat ha registrado una beneficiosa apertura al exterior y constituye una actividad creadora de imagen "país", con una significativa capacidad de arrastre sobre otros sectores económicos. De ahí que las acciones de promoción en el exterior de este sector desarrolladas por el ICEX en colaboración con las asociaciones sectoriales, se orienten tanto al reforzamiento de su proceso de internacionalización, como al fortalecimiento de la imagen exterior del hábitat español. El Plan Hábitat nace con la intención de integrar un conjunto de acciones de promoción y comunicación horizontales en distintas áreas geográficas, dirigidas a fortalecer la posición de las empresas españolas en los mercados internacionales a partir de la consolidación en el mundo del concepto específico de hábitat español.

## ¿Cuáles son los objetivos del Plan y sus líneas estratégicas del Plan?

Los objetivos generales que persiguen las acciones de promoción en el exterior del sector del hábitat definidas y ejecutadas por el ICEX son: crear una imagen de excelencia del hábitat de España en el exterior; desarrollar todo el potencial de internacionalización del sector; consolidar la presencia estable en los mercados internacionales; integrar el diseño como factor de diferenciación y mejora del producto en el ámbito empresarial; aprovechar el hábitat como un instrumento de difusión del modo de vida español; y difundir el hábitat español entre empresas y consumidores. En este contexto, el Plan Hábitat de España se define a partir de cinco líneas estratégicas:

- Línea Estratégica I - Información y formación: que incluye un conjunto de actuaciones destinadas a solventar las deficiencias estructurales de las empresas en este ámbito.
- Línea Estratégica II - Imagen del hábitat en el exterior: que recoge acciones que tienen por objetivo favorecer el desarrollo de la imagen de España como un país creador de productos y propuestas para el hábitat.
- Línea Estratégica III - Grandes exposiciones. Expohábitat: que integran en una sólida acción de promoción el doble objetivo de consolidar la imagen del hábitat de España y la promoción directa de las exportaciones del sector.
- Línea Estratégica IV - Promoción de la exportación y la inversión en el exterior: que reúne las actividades que inciden de un modo más evidente en las condiciones actuales de internacionalización de las empresas.
- Línea Estratégica V - Desarrollo de una estrategia dirigida al canal de los grandes proyectos (contract): que aglutine las acciones específicas de los sectores de hábitat destinadas a dicho canal de prescripción y distribución.

## ¿Cuáles son los mercados objetivo del Plan?

El Plan se pondrá en marcha simultáneamente en dos tipos de mercados objetivo. El Grupo I, incluye a países como la Federación Rusa, China o México, mercados considerados "de oportunidad", en los que las inversiones en promoción comercial ofrecen, a priori, un retorno potencial superior para las empresas. Esta es la razón principal por la que se proponen como destino de las Expohábitat. El Grupo II, que incluye algunos mercados maduros, como Estados Unidos, Canadá y Australia, junto a mercados de menor dimensión del sudeste asiático, recoge a clientelas relevantes de los productos del hábitat para las que se requiere la adopción de acciones específicas

## ¿Cuáles son los principales instrumentos?

En los mercados de oportunidad, una de las acciones principales será el desarrollo de Expohábitat, que incluirán nuevos instrumentos (propuestas decorativas, la integración de oferta exportable y cultura española, la inversión a posteriori en campañas de promoción y de apoyo a las marcas, etc.) En el grupo de mercados maduros, se pondrán en marcha nuevas acciones promocionales conjuntas de los sectores del hábitat (propuestas decorativas, jornadas de diseño, promociones en punto de venta, exposiciones, seminarios técnicos, acciones específicas dirigidas al canal de los grandes proyectos, etc.) y se reforzarán las ya existentes. Asimismo, y dado que las principales ferias internacionales de los sectores del hábitat se celebran en Europa, atrayendo a compradores y prescriptores de opinión procedentes de todos los países del mundo, será necesario instrumentar nuevas campañas de promoción del hábitat español también en estos mercados. Finalmente, el Plan incluirá un

conjunto de acciones de carácter horizontal centradas en el ámbito de la información y la imagen en el exterior, entre las que destaca la puesta en marcha de un Portal específico en la red internet dedicado a la promoción del Hábitat de España.

## Why did ICEX decide to start-up the Plan Hábitat de España?

*The housing sector has shown a positive trend in overseas markets and is an ideal activity to create the image of our country, with significant influence over other sectors. Therefore, promotion activities abroad, developed by ICEX together with different industrial associations, are focused on reinforcing their internationalisation process as well as strengthening the Spanish housing image abroad. Furthermore, they try to improve the structural weaknesses faced by companies in terms of marketing and international promotion. The Plan Hábitat de España 2003-2006 was*



*created with the aim of integrating a series of promotion and direct communication actions in different geographic areas. These are aimed at reinforcing the position of Spanish companies in international markets by consolidating the specific term "hábitat español", based on expanding creativity in what we can offer and the strong points of our projects targeted at end users, opinion leaders and developers of major housing projects throughout the world.*

## What are the aims and strategic lines of the Plan?

*The general aims pursued by promotion actions overseas of the housing sector defined and developed by ICEX are: to create an image of excellence of Spanish housing abroad; to develop the international potential of the sector; to consolidate its stability in international markets; to integrate design as a differentiating factor and to improve the product at business level; to use housing as an instrument to promote the Spanish way of life; and to promote Spanish housing among businesses and consumers. In this context, the Plan Hábitat de España is the fundamental base that integrates different tools to promote the housing sector overseas and can be defined in five strategic lines:*

- Strategic Line I- Information and training: including a series of actions to solve structural deficiencies in companies of the sector.
- Strategic Line II- Housing image abroad- including actions that are designed to develop the image of Spain as a creator of products and projects for housing.
- Strategic Line III- Major exhibitions- Expohábitat: that with solid promotion action integrates the double aim of consolidating the Spanish housing image and the direct promotion of exports of the sector.
- Strategic Line IV- Overseas export and investment promotion: covering activities that influence current internationalisation conditions of companies in a more obvious manner and seek to achieve increased exports in the short or medium term.
- Strategic Line V- Development of a strategy focused on major projects (contracts), which combines specific actions of the housing sectors targeted at prescription and distribution.

## Which are the target markets of the Plan?

*The Plan will act simultaneously in two different target markets. Each group of countries will have specific promotion tools. Group I includes countries such as Russia, China or Mexico. They are considered as "opportunity" markets where, a priori, investments in commercial promotion offer a higher potential return for companies. This is the main reason why they are proposed as the venue for Expohábitat exhibitions. There are other markets in this group, such as some minor markets in the Middle East where although it*

*cannot be justified to conduct major activities such as Expohábitat, actions and exhibitions could be developed on a smaller scale. Group II includes some consolidated markets such as United States, Canada and Australia as well as smaller markets of Southeast Asia. This group includes significant customers of housing products, which require specific actions to reinforce the position of our companies.*

## What are the main tools?

*In opportunity markets, the development of Expohábitat will be one of the main actions, which will include new tools (decoration, incorporating exports and Spanish culture, investment at a later stage in promotion campaigns and supporting brands, etc.). In addition, traditional activities developed before, during and after these actions will be redefined, resulting in greater use of this type of image actions and giving them further continuity in a wider horizon. In the group of consolidated markets,*

*new promotion actions of the housing sector will be started-up (decoration projects, design congresses, sales promotions, exhibitions, technical seminars, specific actions focused on major projects, etc.). Furthermore, current actions will be reinforced. All this means prior coordination of promotion activities is required, mainly in those markets where a high number of activities are already being conducted. In this sense, there is a need to coordinate the various sector activities targeted at specialised international press with a complete communication strategy in each target market of the Plan. The main international exhibitions of the housing sector are held in Europe. They attract buyers and opinion leaders from all over the world. Therefore, new promotion campaigns of Spanish housing will also be required in those markets. Finally, the Plan will include a set of direct actions focused on information and image abroad, such as a specific Internet Gateway promoting Hábitat de España.*

## Pourquoi l'ICEX a-t-il décidé mettre en œuvre le Plan Hábitat de España ?

Le secteur de l'habitat a enregistré une profitable ouverture à l'extérieur et constitue une activité créatrice d'image "pays", avec une importante capacité d'influence sur d'autres secteurs économiques. En conséquence, les actions de promotion à l'extérieur de ce secteur, développées par l'ICEX en collaboration avec d'autres associations sectorielles, visent au renforcement de leur processus d'internationalisation et aussi au renforcement de l'image extérieure de l'habitat espagnol, essayant de corriger les faiblesses structurelles des entreprises en ce qui concerne la commercialisation et la promotion internationale.

Le Plan Hábitat de España 2003-2006 est né dans l'intention d'intégrer un ensemble d'actions de promotion et de communication horizontales dans différentes régions géographiques, visant à renforcer la position des entreprises espagnoles sur les marchés internationaux à partir de la consolidation dans le monde entier du concept spécifique d'habitat español, basé sur la projection de la créativité de notre offre et de la force de nos propositions adressant au consommateur final, au prescripteur d'opinion ou au professionnel responsable de grands projets d'habitat dans le monde.

## Quels sont les objectifs du Plan et ses lignes stratégiques ?

Les objectifs généraux des actions de promotion à l'extérieur du secteur de l'habitat définies et exécutées par l'ICEX sont : créer une image d'excellence de l'habitat espagnol à l'extérieur ; développer tout le

potentiel d'internationalisation du secteur ; consolider sa présence stable sur les marchés internationaux ; intégrer le design comme facteur de différenciation et amélioration du produit dans les entreprises ; exploiter l'habitat comme instrument de diffusion du mode de vie espagnol ; et diffuser l'habitat espagnol auprès des entreprises et des consommateurs. Dans ce contexte, le Plan Hábitat de España, comme référence fondamentale intégrant les divers instruments de promotion à l'extérieur du secteur de l'habitat, est défini par cinq lignes stratégiques :

- Ligne Stratégique I- Information et formation : comprend un ensemble d'interventions destinées à résoudre les déficiences structurelles des entreprises du secteur.
- Ligne Stratégique II- Image de l'habitat à l'extérieur : ressemble les actions qui ont pour but de favoriser le développement de l'image de l'Espagne comme un pays créateur de produits et de propositions pour l'habitat.
- Ligne Stratégique III- Grandes expositions. Expohábitat : intègre, avec un solide action de promotion, le double objectif de consolider l'image de l'habitat d'Espagne et la promotion directe des exportations du secteur.
- Ligne Stratégique IV- Promotion de l'exportation et de l'investissement à l'extérieur : groupe les activités qui ont une répercussion plus évidente sur les conditions actuelles d'internationalisation des entreprises et poursuivent un accroissement des exportations à court et moyen terme.
- Ligne Stratégique V- Développement d'une stratégie visant le canal des grands projets (contract) : agglutine les actions spécifiques des secteurs de l'habitat destinées à ce canal de prescription et distribution.

## Quels sont les marchés cibles du Plan ?

Le Plan se mettra en œuvre simultanément dans deux types de marchés cibles, groupe de pays ayant des instruments de promotion spécifiques. Le Groupe I, comprend assemble des pays comme la Fédération Russe, la Chine ou le Mexique, marchés considérés "d'opportunité", où les investissements en promotion commerciale offrent, a priori, un retour potentiel supérieur pour les entreprises. C'est la raison principale pour laquelle ces pays sont proposés comme destination des Expohábitat. Il y a d'autres marchés dans ce groupe, comme par exemple quelques petits marchés du Moyen- Orient, qui, même s'ils ne justifient pas leur dimension le développement d'une grande action d'image comme les Expohábitat, pourraient être l'objet d'actions ou expositions à petite échelle. Le Groupe II, qui comprend quelques marchés consolidés, comme les États- Unis, le Canada et l'Australie, et des marchés de moindre dimension du sud-est asiatique, assemble des clientèles remarquables des produits de l'habitat pour lesquelles il faut adopter des actions spécifiques afin d'y renforcer le positionnement de nos entreprises.

## Quels sont les principaux instruments ?

Dans les marchés d'opportunité, une des actions principales sera le développement d'Expohábitat, qui comprendra de nouveaux instruments (propositions décoratives, l'intégration de l'offre exportable et de la culture espagnole, l'investissement a posteriori en campagnes de promotion et d'appui aux marques, etc.) et on redéfinira les activités traditionnelles développées avant, pendant et après ceux-ci, en favorisant une exploitation plus grande de ce type d'actions d'image et en leur donnant une continuité dans un horizon temporel plus large. Dans le groupe des marchés consolidés, on mettra en œuvre de nouvelles actions promotionnelles liées aux secteurs de l'habitat (propositions décoratives, journées de design, promotions dans les points de ventes, expositions, séminaires techniques, actions spécifiques dirigées au canal des grands projets, etc.) et on renforcera celles déjà existantes. Tout cela exige la réalisation d'un effort préalable de coordination des activités de promotion, principalement dans ces marchés où il y existait déjà un grand nombre d'activités auparavant. À ce propos, il faudra coordonner les différentes activités sectorielles dirigées à la presse internationale spécialisée, le biais de la définition d'une stratégie intégrale de communication dans chaque marché cible du Plan.

Étant donné que les principaux salons internationaux des secteurs de l'habitat sont tenus en Europe attirent des acheteurs et prescripteurs d'opinion provenant de tous les pays du monde, il faudra aussi instrumenter de nouvelles campagnes de promotion de l'habitat espagnol dans ces marchés. Finalement, le Plan inclura un ensemble d'actions horizontales centrées sur l'information et l'image à l'extérieur, parmi lesquelles il faut souligner la mise en place d'un Portail spécifique sur le réseau Internet consacré à la promotion de l'Hábitat de España.

Dirección / address / adresse FAPS:  
 Gran Vía C. Catalanes, 488, entº. 5º  
 Tel.: 93 451 30 28 - Fax: 93 451 77 82  
 asofap@asofap.com  
 atep@atep.es

Como indicábamos en el número anterior, esta sección nace con la idea de convertirse en el núcleo central de la información generada por la Asociación. La comunicación en esta sección tendrá dos direcciones, no opuestas sino totalmente complementarias. Por un lado informamos de las

noticias relacionadas con nuestro sector. En la otra dirección, la de las empresas, queremos potenciar y motivar a nuestros asociados a participar, enviándonos noticias de sus empresas: inauguraciones, premios y trofeos recibidos, cambios de dirección, aniversarios, novedades del sector,

fusiones y adquisiciones... estas páginas serán la voz del sector. Simplemente deben enviar sus escritos acompañados de una fotografía digitalizada, todo ello si es posible, por e-mail. Estamos seguros que sabrán utilizar este medio de comunicación que les ofrecemos.

## News

### ESPA inaugura una filial en la República Checa

Espa a través de su empresa filial Pool 2000 dedicada a la distribución en Alemania de una gama completa de productos para piscinas, ya está presente en la República Checa. La sociedad Pool 2000 fué constituida recientemente en Brno, importante ciudad industrial situada en el centro del país. Según Markus Rienks, gerente de Pool 2000, "hace ya un tiempo que nos dedicamos a la exportación de equipos de filtración para piscinas en la República Checa y el éxito de esta actividad ha propiciado que ahora estemos representados en Brno con un completo programa de productos". Uno de los próximos objetivos de Pool 2000 s.r.o., que funciona como centro logístico y comercial con una red estable de distribuidores, es convertirse en una importante base comercial operativa en países como Eslovaquia, Polonia o Hungría. Entre los productos que comercializa Pool 2000 destacan diferentes modelos de piscinas, saunas, baños de vapor, equipos de

filtración, escaleras, pasamanos y todos los accesorios necesarios para la instalación de una piscina. Espo también consolida su proyecto de crecimiento como grupo industrial presente en los ámbitos del agua y la energía, con la reciente adquisición de la empresa italiana TKL.



Participantes en la inauguración de Pool 2000 s.r.o.



### ICEX inaugura oficina en Gran Vía M2

Fruto del acuerdo con Fira de Barcelona, el Instituto Español de Comercio Exterior "ICEX" ha inaugurado una oficina de información en el Recinto Ferial Gran Vía M2 (L'H). Estuvieron presentes en el acto Antonio Montserrat, Director territorial del Instituto de Comercio Exterior "ICEX", Josep Gual y Jaume Tomás, Director y Presidente, respectivamente, de Fira de Barcelona. La oficina permanecerá abierta durante todos los Salones profesionales que Fira de Barcelona organice en Gran Vía M2 (L'H), para informar, a expositores y visitantes, sobre las actividades, publicaciones y servicios del ICEX como apoyo al comercio internacional y apertura de nuevos mercados.

## Legislación

### IVA en piscinas para chalets

En la página web de la Agencia Tributaria (www.aeat.es) se publica la contestación a una consulta realizada sobre el tipo aplicable cuando se entrega una piscina junto a una vivienda (tipo chalet).

En este caso corresponde aplicar el tipo reducido del 7 por 100, si se cumple el requisito de que el terreno urbanizado en el que se ubica el chalet y la piscina no superen los 5.000 m<sup>2</sup> y se ejecute la vivienda y la piscina al mismo tiempo. Nunca se aplicará al construir una piscina en una finca en la que ya este construida la vivienda.

Las contestaciones a las consultas realizadas ante la Agencia Tributaria carecen de efectos vinculantes para la Administración teniendo el carácter de mera información. No obstante,



cuando se actúe con los criterios expuestos en las mismas, no se incurrirá en responsabilidad por infracción tributaria, según lo dispuesto en el artículo 5.2 de la Ley de Derechos y Garantías del Contribuyente.

### Otras ordenanzas

El Ayuntamiento de Madrid tiene publicada la Ordenanza Reguladora de las Condiciones Higiénico-Sanitarias, Técnicas y de Seguridad de las Piscinas publicada en el B.O.C.M nº 45 de 23 de febrero de 1.999.

Por parte del Ministerio de Sanidad se ha publicado el R. Decreto 865/2003 de 4 de julio, por el que se establecen los criterios higiénicos - sanitarios para la prevención y control de la legionelosis. Regula el mantenimiento de bañeras de hidromasaje y piscinas de hidromasaje de uso colectivo. Nueva regulación referente a la prevención y control de la legionelosis.

En su artículo 2º, establece como ámbito de aplicación incluye entre otros, los sistemas de agua caliente sanitaria con acumulador y circuito de retorno, los sistemas de agua climatizada con agi-

tación constante y recirculación a través de chorros de alta velocidad y la inyección de aire, lo que implica a spas, piscinas, vasos y bañeras terapéuticas, bañeras de hidromasaje, tratamientos de chorros a presión...El presente R. Decreto deroga cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en el mismo y en particular al R. Decreto 909/2001 de 27 de julio. Su anexo 5 regula el mantenimiento de bañeras y piscinas de hidromasaje de uso colectivo.

Hay que resaltar que este anexo regula el diseño de las piscinas de hidromasaje. Estas, deberán contar con un sistema de depuración del agua recirculada que constará de filtración y desinfección automática en continuo. La bomba de recirculación y los filtros deben de estar dimensionados para garantizar un tiempo de recirculación máximo de 30 minutos. La velocidad máxima recomendada para filtros de arena es de 36,7 m<sup>3</sup>/h/m<sup>2</sup>.

### Normativas vigentes en España a octubre 2003

#### CC.AA. / NORMATIVA

- ANDALUCIA** Decreto 23/99 de 23 febrero, se aprueba el Reglamento Sanitario de las Piscinas de Uso Colectivo
- ARAGON** Decreto 50/93 de 19 de mayo por el que se regulan las condiciones higiénicas - sanitarias de las piscinas de uso público.
- ASTURIAS** Decreto 26/2003 de 3 de abril por el que se aprueba el Reglamento Técnico - Sanitario de Piscinas de uso colectivo.
- BALEARES** Decreto 53/95 de 18 mayo, regula las condiciones higiénico - sanitarias de las piscinas de los establecimientos de alojamientos turísticos y de las de uso colectivo.

- CANARIAS** Orden de 2 de marzo de 1.989 regula el Régimen técnico sanitario de piscinas.
- CANTABRIA** Decreto 58/93 de 9 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento Sanitario de las Piscinas de uso colectivo.
- C. LA MANCHA** Decreto 216/99 de 19 octubre, de condiciones higiénico - sanitarias de las piscinas de uso colectivo.
- CASTILLA LEON** Decreto 177/92 de 22 de octubre por el que se aprueba la normativa higiénico - sanitaria para piscinas de uso público. Decreto 106/97 de 15 mayo que modifica el artículo 3 del anterior decreto.
- CATALUNYA** Decreto 95/2000 de 22 de febrero, normas aplicables a las piscinas de uso público. Decreto 165/2001 de 12 junio, de modificación del Decreto 95/2000

- C. VALENCIANA** Decreto 255/94 de 7 diciembre, regula las normas higiénico sanitarias y de seguridad de las piscinas de uso colectivo y de los parques acuáticos. Decreto 97/2000 de 13 junio por el que se modifica el Decreto 255794
- EXTREMADURA** Decreto 54/2002 de 30 de abril por el que se aprueba el Reglamento Sanitario de Piscinas de uso colectivo de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- GALICIA** Decreto 53/89 de 9 de marzo Reglamento sanitario de piscinas de uso colectivo. Modificaciones: Decreto 173/92 de 18 junio. Decreto 122/95 de 20 abril. Orden 23 de mayo de 1.995

- MADRID** Decreto 80/98 de 14 de mayo, por el que se regulan las condiciones higiénicas - sanitarias de piscinas de uso colectivo.
- MURCIA** Decreto 58/92 de 28 de mayo Reglamento sobre condiciones higiénico - sanitarias de las piscinas de uso público.
- NAVARRA** Decreto foral 123/2003 de 19 mayo, por el que se establecen las condiciones técnico-sanitarias de las piscinas de uso colectivo.
- PAIS VASCO** Decreto 32/2003 de 18 de febrero, Reglamento sanitario de piscinas de uso colectivo
- RIOJA, LA** Decreto 17/94 de 7 abril por el que se aprueba el Reglamento sanitario de piscinas de uso colectivo. Decreto 42/98 de 26 junio.

# Participaciones agrupadas en ferias



Durante 2004, ASOFAP tiene previsto organizar la participación conjunta de empresas españolas del sector en tres salones de la piscina internacionales. La primera cita será en Praga, para asistir a la segunda edición de BAZÉNY, International Trade Fair for Swimming Pools and Bath Technology, Saunas and Fitness, del 13 al 16 de marzo del 2004. Organizada por ASOFAP y con el apoyo del ICEX, la misión

española estará compuesta por 8 empresas que ocuparán una superficie de 378 metros cuadrados. En su última edición, Basény alcanzó la cifra de 85 expositores y 7600 visitantes. Del 29 de septiembre al 2 de octubre del 2004, se celebrará la 9ª edición de INTERBAD, en Stuttgart. La participación conjunta española agrupará a 14 empresas en una superficie neta de 639 metros cuadrados. En la últi-

ma edición celebrada en Stuttgart, Interbad registró 431 expositores, con un 32% extranjeros y recibió a 18.400 visitantes, de los que un 25% procedían del extranjero, principalmente de los países de Europa del Este. Del 16 al 19 de noviembre se celebrará PISCINE 2004 en Lyon, certamen en el que FAPS (ASOFAP-ATEP) tiene previsto participar con un stand informativo.



## Media profesional

En el Boletín informaremos periódicamente de todos los elementos mediáticos referidos al sector profesional de la piscina, el spa y complementos. A continuación, presentamos las principales revistas profesionales de la piscina de mayor difusión en sus respectivos mercados nacionales. Todas ellas disponen de una completa web, en la que pueden consultar: periodicidad, tiraje, contenidos y condiciones de suscripción.

### REVISTAS

#### ALEMANIA

**SCHWIMMBAD & SAUNA**

[www.schwimmbad-und-sauna.de](http://www.schwimmbad-und-sauna.de)



#### ARGENTINA

**PILETAS BAÑERAS & RELAX**

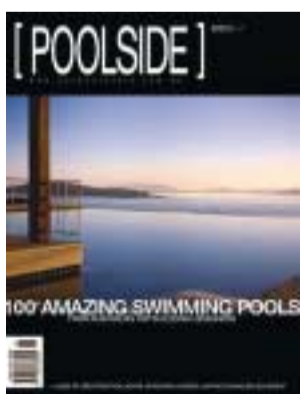
[www.edcontrol.com](http://www.edcontrol.com)



#### AUSTRALIA

**POOLSIDE**

[www.outdoorstyle.com.au](http://www.outdoorstyle.com.au)



#### BRASIL

**PISCINAS & LAZER**

[www.electroliber.com.br](http://www.electroliber.com.br)

#### CANADA

**CANADIAN POOL & SPA CONFERENCE AND EXPO**

[www.nspi.ca](http://www.nspi.ca)

**POOL & SPA MARKETING**

[www.poolspamarketing.com](http://www.poolspamarketing.com)



#### ESPAÑA

**PISCINAS XXI**

[www.rbi.es](http://www.rbi.es)



**ACTUALIDAD PISCINAS Y JARDINES**

[www.curtediciones.com](http://www.curtediciones.com)



#### FRANCIA

**EUROSPAPOOLNEWS.COM**

[www.eurospapoolnews.com](http://www.eurospapoolnews.com)

**L'ACTIVITÉ PISCINE**

[www.techniques-piscines.com](http://www.techniques-piscines.com)



**TECHNIQUES PISCINES**

[www.techniques-piscines.com](http://www.techniques-piscines.com)



#### ITALIA

**PISCINE OGGI**

[www.fitnesstrend.com](http://www.fitnesstrend.com)



#### PORTUGAL

**NADAR**

[www.nadar.net](http://www.nadar.net)

#### REINO UNIDO

**SWIMMING POOL NEWS**

[www.swimmingpoolnews.co.uk](http://www.swimmingpoolnews.co.uk)



#### REPÚBLICA CHECA

**BAZÉN & SAUNA**

[redakce@bazen-sauna.cz](mailto:redakce@bazen-sauna.cz)

#### RUSIA

**BANBAS MAGAZINE**

[www.banbas.ru](http://www.banbas.ru)



#### USA

**AQUATICS INTERNATIONAL**

[www.aquaticsinl.com](http://www.aquaticsinl.com)



**AQUA MAGAZINE**

[www.aquamagazine.com](http://www.aquamagazine.com)

**POOL & SPA LIVING**

[www.poolspaliving.com](http://www.poolspaliving.com)

**POOL & SPA NEWS**

[www.poolspanews.com](http://www.poolspanews.com)



**WORLD WATER PARK MAGAZINE**

[www.waterparks.com](http://www.waterparks.com)



# Calendario Salones Profesionales 2004

Fecha	Nombre	Ciudad	País	Recinto	Información
del 20/1 al 23/1 2004	AQUA THERM	Moscú	RUSIA	Expocentre Krasnaya Presnya	<a href="http://www.msi-fairs.com">www.msi-fairs.com</a>
del 4/2 al 7/2 2004	EUROPOLIS	Bolonia	ITALIA	Fiera di Bologna	<a href="http://www.europolis.it">www.europolis.it</a>
del 8/2 al 10/2 2004	SPATEX	Brighton	GRAN BRETAÑA	Hilton Brighton Metropole Exhibition Centre	<a href="http://www.spatex.co.uk">www.spatex.co.uk</a>
del 4/3 al 7/3 2004	HSS 2004	Estambul	TURQUIA	CNR Expo Center	<a href="http://www.hmsf.com">www.hmsf.com</a>
del 13/3 al 16/3 2004	BAZÉNY	Praga	R. CHECA	Letnany Exhibition Centre	<a href="http://www.vystava-bazenyy.cz">www.vystava-bazenyy.cz</a> - <a href="http://www.abf.cz">www.abf.cz</a>
del 19/4 al 22/3 2004	MIDDLE EAST	Abu Dhabi	EMIRATOS ARABES	Abu Dhabi International Center	<a href="http://www.mepool.com">www.mepool.com</a>
del 18/8 al 19/8 2004	SPLASH!	Gold Coast	AUSTRALIA	Gold Coast International Hotel	<a href="http://www.splashmagazine.gil.com.au">www.splashmagazine.gil.com.au</a>
del 29/9 al 2/10 2004	INTERBAD	Stuttgart	ALEMANIA	Stuttgarter Messe	<a href="http://www.messe-stuttgart.de/interbad">www.messe-stuttgart.de/interbad</a>
del 13/10 al 14/10 2004	SPLASH 2004	Quebec	CANADA	Hôtel des Seigneurs de St-Hyacinthe	<a href="http://www.acpq.com">www.acpq.com</a>
del 16/11 al 19/11 2004	PISCINE 2004	Lyon	FRANCIA	Eurexpo	<a href="http://www.piscine-expo.com">www.piscine-expo.com</a>
del 1/12 al 3/12 2004	POOL & SPA EXPO	Las Vegas	USA	Las Vegas convention Center	<a href="http://www.poolandspaexpo.com">www.poolandspaexpo.com</a>
<b>del 5/10 al 8/10 2005</b>	<b>SALON INTERNACIONAL DE LA PISCINA</b>	<b>Barcelona</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>Fira de Barcelona - Montjuïc/2</b>	<b><a href="http://www.salonpiscina.com">www.salonpiscina.com</a></b>

## Salones USA (Regionales)

### Nordeste

ATLANTIC CITY POOL & SPA SHOW  
del 27/1 al 29/1 2004, New Atlancic City Convention Center, ATLANTIC CITY,(N.J.)  
[www.nespapool.org](http://www.nespapool.org)

### Sudeste

SOUTEASTERN POOL & SPA SHOW  
del 3/2 al 6/2 2004, ATLANTA  
[www.nspiregionx.com](http://www.nspiregionx.com)

FLORIDA POOL & SPA SHOW  
del 5/3 al 6/3 2004, Orange County Convention Center  
[www.fpsaonline.org](http://www.fpsaonline.org)

### Central

SOUTHERN CONFERENCE & EXHIBITION  
del 20/2 al 21/2 2004, HOUSTON (Texas)  
[www.nspiregion3.org](http://www.nspiregion3.org)

### Oeste

AQUA SHOW  
del 6/1 al 8/1 2004, Mandalay Bay Resort & Convention Center, LAS VEGAS (California)  
[www.aquashow.com](http://www.aquashow.com)

WESTERN POOL & SPA SHOW  
del 25/3 al 27/3 2004, Long Beach Convention Center, LONG BEACH (California)  
[www.westernshow.com](http://www.westernshow.com)

POOL INDUSTRIE EXPO  
del 2/10 al 4/10 2004, Monterey Convention Center, MONTEREY (California)  
[www.poolindustryexpo.com](http://www.poolindustryexpo.com)

SWIMMING POOL WATER TREATMENT PROFESSIONALS

ANUAL CONFERENCE  
[www.spwtp.org](http://www.spwtp.org)



**Fira Barcelona**

**05.10.05**

**08.10.05**

**Gran Via M2 (L'H)**

salón Internacional  
de la **PISCINA**

### PROXIMA EDICIÓN 2005

Solicite ya su espacio para la edición del Salón Internacional de la Piscina que se celebrará en Barcelona del 5 al 8 de octubre del 2005.

### FORTHCOMING EDITION 2005

Ask for your space now for the International Swimming Pool Exhibition to be held in Barcelona from 5th to 8th October 2005.

### PROCHAINE ÉDITION 2005

Demandez dès maintenant votre espace pour l'édition du Salon International de la Piscine qui se célébrera à Barcelone du 5 au 8 octobre 2005

Tel. +34 902 233 200 • Fax. +34 93 233 26 51  
[www.salonpiscina.com](http://www.salonpiscina.com) • [piscina@firabcn.es](mailto:piscina@firabcn.es)