



## L'Activité Piscine

Za Montepy  
69210 Fleurieux-Sur-L'Arbresle (FRANCIA)  
Tel. 33 472 380 616  
Fax 33 472 383 261  
ed.messignac@wanadoo.fr  
www.techniques-piscines.com

La séptima edición del Salón Profesional de la Piscina de Barcelona, Piscina BCN para los amigos, ha discurrido bajo un sol fantástico desde el miércoles 5 al sábado 8 de octubre

Como ya saben, Barcelona y Lyon organizan alternativamente, cada año en una de las ciudades, los dos grandes Salones Profesionales Europeos. Marcando el fin de la temporada de la piscina y preparando la nueva temporada, son el punto de encuentro que moviliza la atención de todo el sector. ¿Cuál es la clave de la edición 2005 de Piscina BCN?

En primer lugar, las cifras: 120.000m<sup>2</sup> de superficie bruta y más de 28.000m<sup>2</sup> de superficie de exposición ocupando dos pabellones enteros de la Fira. Los pasillos amplios y bien iluminados permitían una circulación agradable, aunque la separación de los dos pabellones, al igual que en la edición del 2003, molestó a más de un visitante. Expusieron 485 empresas, 265 de las cuales eran extranjeras de 28 países distintos. En cuanto a los visitantes, las cifras también han incrementado: la Feria registró 19.000 visitantes, de los cuales 6.200 viajaron a la capital catalana procedentes de 115 países. El carácter internacional de Piscina BCN es una realidad, tanto desde el punto de vista de los visitantes como de los expositores.

Pero estas cifras brutas se deben comentar. Sin duda alguna, el número de visitantes es muy importante y ha aumentado con respecto al 2003, pero se debe indicar que esta edición ha dedicado una jornada entera, el sábado, al público en general, aumentando sensiblemente las cifras un poco artificialmente.

Otra decepción es el número de fabricantes de piscinas franceses desplazados a Barcelona, en claro retroceso. Seguramente, esta situación tiene diversas explicaciones. En primer lugar, la temporada 2005 ha sido más bien triste por lo general en Francia. Estamos lejos de lo que se ha podido leer o escuchar dejando entrever que el mercado ha seguido una tendencia "explosiva". Y en periodos menos eufóricos, se intentan administrar mejor ciertos gastos. Un desplazamiento a una feria profesional cada dos años parece suficiente

para algunos, sobre todo en épocas de vacas flacas.

Sea como sea, los equipos de Activité Piscine y de Techniques Piscines Le Magazine, se han desplazado a Barcelona con dos claros objetivos: acogerles en nuestro stand y darles a conocer nuestras dos publicaciones. Claro está, durante estos cuatro días, hemos recorrido toda la Fira y les ofrecemos el resumen de nuestros encuentros y los productos nuevos en imágenes.

## ASTRALPOOL - Eloi Planes

El año 2005 ha sido muy positivo para nosotros. El crecimiento del grupo se situará entre el 10 y el 12% sin nuevas adquisiciones. En algunos países, el crecimiento del volumen de ventas ha sido muy significativo: aproximadamente +20% en Italia, alrededor del 14% en España y el 8% en la Europa del Este después de haber crecido un 50% durante el 2004.

Algunos de nuestros productos también han registrado una progresión muy interesante: por ejemplo, la empresa ECA ubicada en Perpiñán y dedicada a la fabricación de cubiertas automáticas, ha cerrado el ejercicio con más de 2.000 cubiertas. Las bombas de calor son un caso parecido, sobre todo en el mercado francés y el italiano, donde registraremos una cifra de alrededor de las 2.000 bombas, mientras que hace 2 años las cifras se situaban entre las 500 y 600. En cuanto a los productos químicos, nuestra marca CTX ha crecido un 25% en Francia.

Durante el 2005 hemos seguido aplicando nuestra política de fabricar nuestros propios productos: Iberspa acaba de abrir una nueva planta de producción de 8000m<sup>2</sup> de superficie en Cerbère, e Interpool ha vuelto a adquirir la producción de liners y cubiertas Euroliner de Alsacia.

En el plano internacional, el 2005 ha sido un año muy positivo con la implantación comercial en Grecia, Singapur y China, donde hemos abierto 4 agencias nuevas en Pekín y Shangai.



## Evénements

### Le Salon Professionnel de la Piscine de Barcelone

C'est sous un beau soleil que s'est déroulé du mercredi 5 au samedi 8 octobre la 7<sup>ème</sup> édition du Salon Professionnel de la Piscine de Barcelone, Piscina BCN pour les intimes !

Comme vous le savez, c'est Barcelone et Lyon qui organisent en alternance, tous les 2 ans chacun, les 2 grands Salons professionnels européens. Marquant la fin de la saison piscine et préparant la nouvelle saison, ils sont les rendez-vous qui mobilisent l'attention de tous. Quid de l'édition 2005 de Piscina BCN ?

Il y a tout d'abord les chiffres : 120.000 m<sup>2</sup> d'exposition brute et plus de 28.000m<sup>2</sup> de stands occupant 2 halls entiers de la Fira. Des allées vastes et bien éclairées rendaient la circulation agréable, bien que la séparation des 2 halls, comme pour l'édition 2003, ait perturbé plus d'un visiteur ! 485 sociétés ont exposé dont 265 étrangères à l'Espagne et originaires de 28 pays. Côté visiteurs, les chiffres sont également à la hausse : plus de 19.000 visiteurs, dont 6.200 étrangers originaires de 115 pays avaient fait le déplacement dans la capitale catalane. L'esprit international de Piscina BCN est donc bien une réalité tant du côté des visiteurs que de celui des exposants.

A ces chiffres bruts, il faut apporter quelques commentaires. Les nombres des visiteurs sont certes très importants et en augmentation par rapport à 2003, mais il faut savoir que cette année, une journée entière, le samedi, a accueilli des particuliers, augmentant ainsi sensiblement ces chiffres, peut-être de façon un peu artificielle.

Une déception également concerne le nombre des pisciniers français ayant fait le déplacement. Il semble être en net recul. Il y a probablement plusieurs explications à cette situation. Tout d'abord, la saison 2005 a été dans l'ensemble plutôt morose dans l'hexagone. On est bien loin de ce que l'on a pu lire ou entendre, laissant apparaître que le marché a continué à "exploser" ! En période moins euphorique, on fait plus attention afin de gérer au mieux certains traits ! Un déplacement sur un Salon professionnel tous les 2 ans semble également pour certains suffisant, quand les vaches sont plus maigres !

Quoi qu'il en soit, les équipes de L'Activité Piscine et de Techniques Piscines le magazine avaient fait le déplacement en force avec pour objectifs : vous accueillir sur notre stand et bien sûr encore mieux faire connaître nos 2 éditions. Bien entendu, au cours de ces 4 journées, nous avons parcouru toute la Fira et nous vous proposons de découvrir en image nos rencontres et les nouveaux produits.



**ASTRALPOOL Eloi PLANES**

L'année 2005 a été pour nous une année très positive. La croissance du groupe se situera entre 10 et 12% et ce sans nouvelles acquisitions.

Dans certains pays, la croissance du chiffre d'affaires est particulièrement remarquable : environ +20% en Italie, de l'ordre de 14% en Espagne et 8% en Europe de l'Est après une croissance de +50% en 2004 !

Certains de nos produits connaissent également des progressions très intéressantes : La société ECA implantée à Perpignan par exemple qui fabrique des couvertures automatiques clôturera l'exercice à plus de 2.000 couvertures ! Il en est de même pour les pompes à chaleur, en particulier sur les marchés français et italiens où nous allons atteindre le cap des 2.000 pompes alors qu'il y a 2 ans les chiffres étaient de 500 à 600 !

En ce qui concerne les produits chimiques notre marque CTX a progressé en France de 25%.

En 2005 nous avons aussi continué à mettre en pratique notre politique qui consiste à fabriquer nous mêmes nos produits : Iberspa vient d'ouvrir une nouvelle unité de production à Cerbère d'une surface de 8000m<sup>2</sup> et Interpool vient de racheter en Alsace la production de liners et de couvertures Euroliner.

A l'international, 2005 a été également une année très positive avec des implantations en Grèce, à Singapour et en Chine où nous avons ouvert 4 nouvelles agences dont Pékin et Shanghai.

La dynamique du groupe se poursuit donc à bon rythme. Juan Planes a remis de la puissance dans les investissements et c'est bon pour notre développement. Autre point très positif. Nous sommes sponsor et fournisseur officiel de la Fédération Internationale de Natation (FINA) avec laquelle nous avons signé un contrat pour 3 ans. Cela va nous permettre d'être encore plus reconnu internationalement et d'avoir une collaboration beaucoup plus étroite avec la FINA. Les retombées sur le plan marketing et communication seront importantes.

Pour 2006 et les 3 années à venir nos objectifs sont ambitieux. Nous sommes sur un marché vivant et ouvert et nous allons continuer nos investissements et nos implantations commerciales en Europe et renforcer notre production aussi bien en Europe qu'en dehors de l'Europe.

L'Activité Piscine n°35

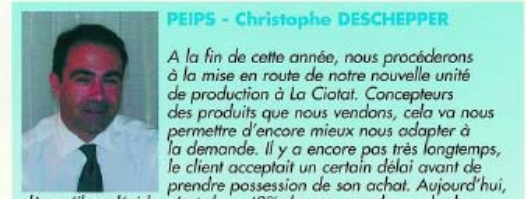


**INTERPOOL / EUROLINER Georges BRUNO et Gérard CHAPUIS**

Georges Bruno (Interpool) et Gérard Chapuis (Euroliner) profitent du Salon de Barcelone pour nous annoncer le rapprochement, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2006, de leurs deux entreprises.

Euroliner va devenir Interpool. Interpool a obtenu cette année l'agrément d'un laboratoire de contrôle (LNE) pour sa couverture à barres modèle Sardane, ainsi que pour ses couvertures d'hiver Intersup Top. Cela tombe à point nommé juste avant la réunion des deux entreprises. La nouvelle entité pourra ainsi proposer une gamme étendue de liners et de couvertures, avec des modèles répondant aux normes de sécurité. Couvrant désormais le nord et le sud de la France, Interpool voit son avenir de façon très positive, en agrandissant son réseau de distribution.

Côté fabrication, l'échange de techniques va être aussi très intéressant. Interpool va pouvoir bénéficier de la longue expérience de Gérard Chapuis. Ainsi, par ce rapprochement avec Euroliner, Interpool devient l'un des plus importants fabricants de liners et de couvertures en France. Parant de la sécurité des piscines, Gérard Chapuis estime que la loi, publiée beaucoup trop tôt, n'a pas laissé le temps aux industriels de se préparer, d'autant que les normes subissent encore de légères évolutions. Georges Bruno se demande même si les couvertures créées aujourd'hui seront encore aux normes demain. C'est un réel problème, vu les investissements. Les couvertures fournies par Euroliner l'année dernière et les années précédentes sont presque identiques à celles d'aujourd'hui. Alors comment répondre aux clients qui demandent leur attestation de conformité ? Chez Interpool, seuls les œillets, au départ larges de 80 mm, sont passés à 60 mm !



**PEIPS - Christophe DESCHEPPER**

A la fin de cette année, nous procéderons à la mise en route de notre nouvelle unité de production à La Ciotat. Concepteurs des produits que nous vendons, cela va nous permettre d'encore mieux nous adapter à la demande. Il y a encore pas très longtemps, le client acceptait un certain délai avant de prendre possession de son achat. Aujourd'hui, dès qu'il se décide, c'est dans 40% des cas une demande de livraison immédiate avec encore plus d'exigences dans le choix des coloris et des options ! Son spa doit correspondre précisément à ses souhaits tant du point de vue technique que dans celui de son intégration à son environnement. Le fait pour nous de produire nos spas représente bien sûr un coût supplémentaire mais cela va nous procurer des volumes supplémentaires en nous permettant d'encore mieux coller à l'évolution de la clientèle. Cette notion de volume est importante. En effet, pour nous, la taille "critique" pour un constructeur est de 400 spas par an. En 2004, nous avons vendu 800 spas et en 2005, nous devrions réaliser le même volume. Nos prévisions pour 2006 sont bonnes pour plusieurs raisons :

- volumes supplémentaires grâce à une meilleure adaptation à la demande de nos clients,
- volumes supplémentaires grâce au recrutement de nouveaux distributeurs.

Un mot en ce qui concerne nos distributeurs. Pour nous, la qualité est bien préférable à la quantité. Un bon distributeur, c'est d'abord la qualité de l'homme et ensuite un showroom. Aujourd'hui, 30 distributeurs représentent 80% de nos ventes.

32

La dynamique du groupe est suivant un bon rythme. Juan Planes a donné un grand impulsion à las inversiones y esto es bueno para nuestro desarrollo. Otro punto muy positivo: somos el patrocinador y proveedor oficial de la Federación Internacional de Natación (FINA) con la que hemos firmado un contrato de 3 años. Esto nos proporcionará un mayor reconocimiento internacional y una colaboración aún más estrecha con la FINA. Los resultados sobre el plan de marketing y comunicación serán importantes.

Los objetivos para el 2006 y los 3 años siguientes son ambiciosos. Estamos en un mercado vivo y abierto y vamos a continuar con nuestras inversiones e implantaciones comerciales en Europa, además de reforzar nuestra producción tanto dentro como fuera del continente europeo.



**PROCOPI Philippe BACH**

La saison piscine 2005 n'a pas été excellente. Selon notre estimation, le marché aurait chuté de 10 à 15% pour la construction de piscines enterrées, de 30 à 50% (suivant les produits) pour les piscines hors-sol.

Pour Procopi, c'est un peu le contre-coup des 3 dernières années, où l'on a vu notre chiffre d'affaires augmenter de 50%. Notre progression de l'année dernière, surtout, équivalait à celle qu'on aurait dû faire en 2 ans.

Donc cette année, en 2005, on ne fait pas de progression. En ce qui concerne les filtres, les pompes, les coffrets électriques, les pièces à sceller, la baisse est estimée à -10 ou -15% alors que pour les équipements de sécurité (couvertures automatiques, couvertures à barres, alarmes), la progression est de 20%. Pour les couvertures à barres et les alarmes, la production a commencé seulement en avril et le CA, est impressionnant vis-à-vis de produits qui n'existaient même pas l'année dernière. Merci la sécurité ! Nombreux sont ceux qui, dans la profession, peuvent en dire autant. En matière de sécurité, il nous semble que, jusqu'à présent, ce sont surtout des piscines neuves qui ont été équipées et très peu de bassins existants. Les propriétaires vont commencer à s'y intéresser maintenant et beaucoup vont attendre le moment de la remise en route pour faire leur choix. Et là, ce sera problématique, puisqu'il faudra répondre à des dizaines de milliers de demandes, que le marché ne sera pas capable de fournir. Comment livrer 400.000 pièces quand il n'en faudra plus que 40.000 l'année suivante ? Les clients risquent de ne pas comprendre qu'on ne puisse pas les livrer.

Quant aux sociétés qui ne font que des équipements de sécurité, elles ont vu leur CA exploser en 2005 et ce sera sans doute encore le cas en 2006, mais le retour à la réalité risque d'être rude, pour ce marché très conjoncturel. A moins que l'Europe, à son tour, ne soit concernée par la sécurité des piscines ! En France, il y a eu obligation de s'équiper, donc ça s'est développé, des produits ont été créés. Mais on sent dans les autres pays européens une demande en matière d'équipements de sécurité. Cela peut être, pour nous, un relais de croissance. Nous avons l'avantage d'être prêts avant tout le monde !

Pour ce qui est du spa, on observe en France une progression d'environ 30%, avec 3.000 à 4.000 spas vendus cette année, alors qu'on en vendait environ 1.000 il y a une dizaine d'années. On peut comparer le marché du spa aujourd'hui à celui de la piscine au milieu des années 70 et on peut estimer que le spa représentera 40 à 60% de notre CA dans 6 à 10 ans. Il s'agit donc d'un marché intéressant pour les pisciniers disposant d'un magasin. La vente de spas peut générer un chiffre d'affaires non négligeable, d'autant qu'ils se vendent en toute saison et donc permettent de compenser un marché de la piscine parfois morose à certaines périodes de l'année.

L'Activité Piscine n°35