

Spécial PROS

Le magazine des métiers de la piscine et du spa

UN MOMENT AVEC
Nicolas OSANNO p.10



p.48

**Le fitness booste
le spa de nage**



p.56

Stabilisant du chlore



p.90

**Bien vendre
dans les foires**



p.14

Adhérer à un réseau

L'EXCELLENCE
AU SERVICE DE VOTRE
DIFFÉRENCE

Volets
Couvertures à barres
Couvertures d'hivernage
Équipements de traitement d'eau
Linéers

hydra

SYSTEME

Label d'excellence



Hydra Système, Label d'Excellence, réunit une sélection d'équipements conçus et fabriqués par le groupe industriel français NextPool, référence dans l'équipement et la sécurité des piscines.

Précurseur, Hydra Système place depuis le début des années 80 l'innovation au cœur de son développement.

Simplicité d'installation et d'utilisation, fiabilité, garantie, service...

Tous les équipements de la sélection Hydra Système, Label d'Excellence ont un point commun : répondre au plus exigeant des cahiers des charges pour une satisfaction durable.

Hydra Système, Label d'Excellence : 0 811 901 331 - contact@hydrasysteme.com

www.nextpool.com





La sécurité autour de l'eau

SYSTÈME D'AIDE À LA SURVEILLANCE EN CAS DE RISQUE DE NOYADE



Innové et fabriqué
en France



Simple et efficace

Protéger ses enfants est naturel et indispensable.
No Stress est votre assistant, toujours disponible pour
améliorer la prévention des risques d'immersion et de noyade.
Pour chaque situation, une information rapide et claire.



ALERTE IMMERSION



ALERTE ÉLOIGNEMENT



ALERTE ARRACHEMENT
DU COLLIER OU
DU BRACELET



INFORMATION BATTERIE
FAIBLE



INFORMATION EXPOSITION
AUX RAYONS ULTRAVIOLETS
version smartphone uniquement



SOKOOL®

Découvrez tous ses avantages sur le site :

www.piscine-nostress.fr





Édito

Nous voici à nouveau dans la Saison-Piscine.

Les chantiers « neufs ou rénovations », les interventions techniques, les clients au magasin, tout est à gérer, peut-être à repenser pour s'adapter à la clientèle d'aujourd'hui.

Effectivement, il est souvent difficile aujourd'hui de cerner son client :

- que veut-il exactement ?
- a-t-il conscience d'un budget pour construire sa piscine ?
- on sait qu'il veut tout, mais à quel prix ?

Une visite chez un client, ça se prépare.

Qui vais-je voir ? Que dois-je emporter avec moi pour réussir ma visite ?
Chez lui, ma phrase d'introduction ?

Faire parler le client (c'est alors 80% d'écoute) : quelles sont ses motivations ? Prendre des notes (oui, c'est renforcer l'intérêt que vous lui portez).

Dans un premier temps, tout cet entretien doit avoir lieu sur le futur emplacement de la piscine : c'est du positif indispensable.

On comprend pourquoi faire un devis à distance, sans avoir écouté, ni vu les lieux, ne peut qu'être négatif.

La rénovation est de plus en plus d'actualité.

Lors de vos entretiens, **sachez valoriser vos futures prestations**, sans démolir ce qui a été fait auparavant, surtout si le propriétaire l'était déjà précédemment. On risque en effet d'atteindre sa fierté, son ego, en critiquant les travaux précédents. Admettez droitement que dans le passé de telles réalisations étaient souvent habituelles. Dynamisez vos propositions écrites (devis, descriptif, fiches techniques). Il y a des mots qui valorisent et soutiennent un devis. **Pourquoi certains d'entre vous continuent-ils à définir leurs prestations par des termes négatifs :**

- liner armé au lieu de membrane armée,
- plomberie au lieu d'hydraulique,
- bâche au lieu de couverture,
- etc.

Pour mettre en valeur vos propositions

Sachant que le client va tout de suite au budget total en fin de devis, **expliquez vos choix techniques dans un descriptif ou des fiches techniques précises sur un sujet.**

Je me propose, dans les prochains numéros, de vous suggérer une rédaction sur certaines fiches comme : pompe à vitesse variable, membrane armée, aspiration de bas de paroi ou bonde de fond, couvertures de piscine...

Quant à votre magasin,

n'oubliez pas que vos clients ont l'habitude d'aller en grande surface, donc sensibles à l'ambiance, l'accueil. **Tout doit répondre à cela :** parking, magasin bien éclairé, horaires d'ouverture visiblement affichés, ambiance musicale (qui retient le client), promos en évidence, banque d'accueil de vente séparée d'une banque d'accueil pour les travaux...

N'hésitez pas à nous soumettre les sujets que vous souhaiteriez voir traités dans nos futurs Spécial PROS, ce magazine qui vous est destiné à 100 % pour que votre profession représente de plus en plus un métier mûr et sérieux. Non, la piscine ce n'est pas qu'un trou avec de l'eau !

Souhaitons que cette saison 2017 ait le même résultat que la précédente.

Guy Mémén

Rédacteur en chef

redaction@eurospapoolnews.com

Piscine – Spa – Sauna – Hammam

Les plus grandes marques nous font confiance



Sauna SOLIDE

Exclusive
STEAMCAB



Exclusive
PALBOX



Exclusive

Xtrem Bloc



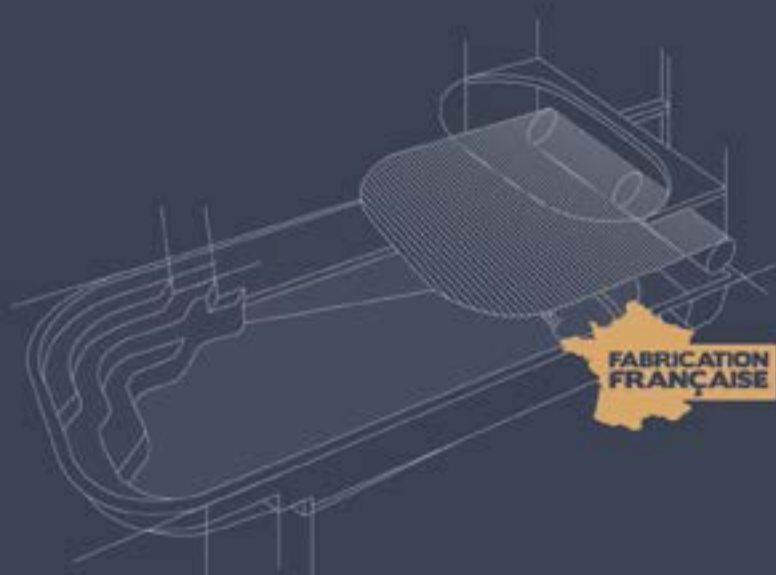
www.ascomat.com



DEVENEZ DISTRIBUTEUR D'UNE MARQUE RECONNUE
POUR SON SAVOIR-FAIRE ET SA QUALITÉ

LEADER DE LA FABRICATION DE COQUE POLYESTER PREMIUM

REJOIGNEZ UN RÉSEAU DYNAMIQUE



ABORAL C'EST 3 MARQUES
POUR UNE OFFRE GLOBALE À FORTE RENTABILITÉ
TOUT EN RÉPONDANT AUX EXIGENCES DE VOS CLIENTS



LA PISCINE POUR TOUS



ECLYPS
UNE CRÉATION ABORAL

LA PISCINE AVEC VOLET IMMERGÉ



ACCESSOIRES POUR PISCINES

POUR DEVENIR DISTRIBUTEUR

05 56 68 87 70

WWW.ABORAL.FR



NOS PISCINES SONT ENTIÈREMENT
CONÇUES ET FABRIQUÉES
DANS NOTRE USINE EN GIRONDE



QUALITÉ & MAÎTRISE
DEPUIS PLUS DE 30 ANS

SOMMAIRE

Repérez bien cette page pour retrouver un sujet, un article...

■	ÉDITO	
	À nouveau dans la Saison-Piscine	p.4
■	CHRONIQUE	
	2017, année exceptionnelle	p.8
■	RENCONTRE / DIALOGUE	
	Un moment avec... Nicolas OSANNO	p.10
	Entretien avec... Pedro ARREBOLA	p.62
	Entretien avec... Anthony BODY (suite)	p.66
	Entretien avec... Frédéric MARMANDE	p.68
	Entretien avec... Stéphane REY	p.72
■	DOSSIER TECHNIQUE	
	Adhérer à un réseau. pourquoi et comment ? (suite de l'article de Spécial PROS 21)	p.14
	Stabilisant du Chlore	p.56
■	TENDANCES	
	Le fitness booste le spa de nage	p.48
■	NOUVEAUTÉS	p.22
	Pensez-y	p.46
■	ENTREPRISES	
	L'actualité des entreprises	p.58
	Les formations	p.86
■	RENDEZ-VOUS	
	Foires, salons, congrès	p.88
■	VENTE	
	Bien réussir la vente en Foires et Salons	p.90
■	LISTE DES ANNONCEURS	p.98



Chronique

2017 ANNEE EXCEPTIONNELLE

Ça y est, nous rentrons à fond dans la saison 2017

Si, sur le plan politique, tant d'incertitudes demeurent avant l'échéance des élections présidentielles...

Le soleil, quoi qu'il advienne,...

... se lèvera quand même

tous les jours cette saison.

Il fera toujours aussi beau et chaud cet été ! Ainsi va la vie, et vos chers clients ne manqueront pas de se baigner en toute quiétude dans leurs piscines, grâce à vos services.

L'été sera chaud cette année !

Ce qui risque de changer politiquement en mai 2017, ce sont uniquement les personnages politiques. Quant aux dépenses somptuaires des salons dorés de l'Elysée, de l'Assemblée Nationale ou du Sénat, elles seront toujours aussi élevées, pour rénover et embellir ces lieux. Pour ce genre de travaux, comme par miracle, il y aura toujours des budgets.

Je ne me fais pas beaucoup de souci pour nos politiques, quels qu'ils soient (droite ou gauche), qui sauront exiger de s'asseoir dans des fauteuils

revêtus de fils d'or, embaucher des attachées parlementaires bien silencieux et coopérants, exiger des voitures

neuves... Et dire que toutes ces dépenses sont financées par nos impôts, nos taxes ou par des emprunts que nos enfants, petits-enfants, devront rembourser un jour !

« C'EST UN SCANDALE ! »

Comme disait Georges MARCHAIS.

Dans vos entreprises, hélas, ce n'est pas du tout « la même chanson » ! Les euros dépensés pour renouveler les véhicules, rénover votre surface de vente, changer le parc informatique, aménager un nouveau laboratoire d'analyse, etc., doivent sortir inévitablement de VOTRE tiroir-caisse ! Cet argent, il aura fallu le gagner pour pouvoir le dépenser !

Pour nos politiques, la chose est assez simple : il manque de l'argent, pas de problème, augmentons les impôts par-ci et les taxes par-là, ou empruntons...

Ce qui revient, si l'on fait un parallèle avec notre activité, à constater un trou dans un liner, puis que le niveau d'eau de la piscine

baisse, et à conseiller de faire l'appoint tous les jours en eau pour garder un niveau d'eau correct ! Sans se soucier de la facture d'eau... Mais le chef d'entreprise que vous êtes, constatant la fuite d'eau, agira en réparant bien évidemment l'étanchéité du liner, la véritable source du problème, pour stopper cette hémorragie !

Voilà toute la différence entre l'entrepreneur que vous êtes et les technocrates irresponsables et si loin des réalités ! Des hommes politiques que - c'est un comble - nous choisissons !...

Responsable. C'est là l'une des qualités premières de notre métier en tant qu'entrepreneur : responsable devant votre famille, votre clientèle, votre propriétaire, vos employés et surtout devant l'Etat !

Concernant toutes vos dépenses à prévoir cette année, et en vue de futurs nouveaux impôts ou nouvelles taxes..., je vous conseille de les financer par le crédit, en profitant

des taux d'intérêt très bas actuellement, qui, inéluctablement remonteront dans les prochaines années.

Winston CHURCHILL

Quant au bilan 2016, il doit être en votre

possession maintenant, et, après une année exceptionnellement positive, il devrait être bon aux dires de notre Fédération !

Prenez rendez-vous dès maintenant avec votre banquier ! Faites-lui part de vos nouveaux projets d'investissements, appuyés de vos résultats 2016 et de votre compte prévisionnel sur les 3 prochaines années.

Votre banquier, c'est comme un associé, il doit tout connaître de votre affaire, de vos projets, de vos éventuels problèmes. En principe, il est de très bon conseil. Et, s'il ne sait vous répondre, il y a toujours un spécialiste juridique ou financier dans son agence qui pourra vous conseiller utilement.

Discutez toujours vos conditions avec votre banquier. C'est un fournisseur comme un autre, qui doit faire lui aussi, comme vous le faites avec vos clients, des efforts pour vous fidéliser.

Très bonne saison 2017 ! Saison... électorale pour certains, mais en tout cas exceptionnelle pour notre profession !

Richard CHOURAQUI

Consultant Piscine / MABIS Consulting
rc.mabis@gmail.com

Expert depuis 1928



Retrouvez une eau cristalline en 24h !



avec **hth® SHOCK®** poudre

N°1 DES VENTES **hth®**
CHEZ LES REVENDEURS

- Le chlore le plus puissant du marché : **75 %** de chlore actif
- Évite la sur-stabilisation : diminue les renouvellements d'eau
- Formule poudre : dissolution ultra rapide
- Pratique avec sa poignée et son bouchon doseur



Visionnez la
vidéo eau verte



Tout savoir sur la
sur-stabilisation

www.hthpiscine.fr

UN MOMENT AVEC... Nicolas OSANNO

Directeur Exécutif Groupe O2 (Nextpool - SOKOOL)



Nicolas OSANNO dirige l'ensemble des filiales du groupe O2, chapeautant les ventes, le marketing, la R&D, les directions opérationnelles et leurs activités connexes. Ce groupe est né en janvier 2016, du rapprochement du groupe NEXTPOOL, spécialisé dans l'équipement de la piscine et travaillant en B to B sur ce marché, et du groupe SOKOOL, fabriquant et commercialisant des abris de piscine, numéro 3 ou 4 au niveau national. Le groupe O2 réunit donc l'ensemble de ces 2 structures et leurs compétences essentielles. En effet, ont été mutualisées la présidence du groupe, la direction financière, la direction informatique, et la direction exécutive, représentée par Nicolas OSANNO. Le groupe est nommé plus souvent « NEXTPOOL – SOKOOL » que « O2 », capitalisant ainsi sur la notoriété des deux marques.

Comment êtes-vous arrivé dans le groupe et depuis quand en avez-vous pris les rênes ?

Je suis entré dans le groupe NEXTPOOL en 2009, après avoir rencontré Régis ROUX, son Président, qui cherchait quelqu'un pour assurer la direction exécutive. J'ai connu précédemment deux étapes importantes dans ma carrière. La première à l'international, dans l'industrie automobile, plus précisément l'équipement automobile. Puis, j'ai travaillé dans l'industrie du bâtiment, à la direction notamment de plusieurs usines et de la Recherche & Développement. Préalablement à mon entrée chez NEXTPOOL, j'avais suivi une formation me préparant à la direction générale, afin d'acquérir tous les moyens d'accéder rapidement à cette fonction et d'en assumer 100 % des responsabilités.

« Nous formons un binôme particulièrement performant Régis et moi. Lui se focalise davantage sur l'aspect stratégique et administratif du groupe, tandis que je m'attache à la mise en œuvre de la stratégie décidée ensemble. Nous avons la faculté mutuelle d'échanger en permanence sur tous les sujets, puisque nous considérons que nous devons être parfaitement interchangeables. Nous fonctionnons donc avec un effet miroir permanent sur les actions que nous engageons. »



Régis ROUX
Président fondateur
du groupe.

« QUESTIONNAIRE DE PROUST »

1 - Votre premier geste le matin en arrivant au bureau ?

Décrocher mon téléphone pour dire bonjour et consulter mes mail, je suis souvent à distance. Notre organisation étant très décentralisée, je n'ai pas vraiment de bureau.

2 - Dans votre journée de travail, la tâche la plus agréable ?

Lorsque j'écoute mes collaborateurs me rapporter avec fierté certaines de leurs réussites. Les féliciter est la tâche la plus agréable.

3 - Et la tâche la plus désagréable ?

Etablir une hiérarchie d'urgence dans la quantité de mails reçus au quotidien.

4 - Votre qualité n°1 ?

L'engagement très certainement.

5 - Celle que vous recherchez chez les autres ?

J'aime les gens qui travaillent avec passion.

6 - Votre pire cauchemar professionnel ?

Je ne fais pas de cauchemars, je rêve en permanence...

7 - Votre meilleur souvenir professionnel ?

Récemment, mon passage sur BFMTV, dans lequel j'ai pu prendre le temps d'expliquer le lancement de notre nouveau produit, le collier de piscine NO STRESS.

8 - Qu'avez-vous fait avec votre premier salaire ?

Ouvrier à la chaîne dans une usine de fabrication de lait en poudre l'été, et je me suis acheté des skis pour aller skier avec mon propre matériel.

9 - Que faites-vous pour vous ressourcer ?

J'ai deux pôles d'équilibre qui sont très importants pour moi : le premier c'est ma famille et mes enfants, qui sont une vraie source de déconnection très agréable, et le deuxième, c'est le sport.

10 - L'autre métier que vous auriez aimé exercer ?

Guide de haute montagne pour être premier de cordée et amener des gens à partager mes passions.

11 - Un inventeur, un patron ou un scientifique pour illustrer un nouveau billet de banque ?

Pierre RABHI (Ndlr - né en 1938, en Algérie. Essayiste, agriculteur bio, romancier et poète français, fondateur du mouvement Colibris).

12 - Quelle est la technologie qui vous passionne ?

Tout ce qui permet au quotidien de se simplifier la vie, de gagner du temps.

13 - La technique que vous détestez le plus ?

Les tâches de paramétrage informatique m'exaspèrent.

14 - Votre concurrent le plus estimable ?

Tous ceux qui contribuent à structurer le marché, le professionnaliser, le faire grandir, lui apporter des innovations... Mais aussi ceux qui ont réussi à trouver par des niches, des segments, le moyen de se développer rapidement.

15 - Pour votre départ de l'entreprise à la retraite, qu'est-ce que vous aimeriez entendre de la part de l'équipe ?

J'ai assisté comme vous la semaine dernière à un départ en retraite, lors d'un congrès, et je pense que les témoignages de sympathie montrent qu'on peut à la fois être dur, exigeant, et très apprécié pour son écoute et ses compétences.

16 - Votre devise ?

Plus loin, plus haut

COMMENT EST STRUCTURÉE L'ÉQUIPE AUTOUR DE VOUS ?

J'ai la chance et la fierté de travailler avec une équipe composée de réels tempéraments d'entrepreneurs, qui dirigent leur activité comme ils dirigeraient leur propre entreprise.

Aujourd'hui notre organisation est la suivante :
Pour l'activité Nextpool, **un Directeur Commercial et Directeur Grands Comptes : Franck Castelbou, un Directeur des ventes et Directeur Export, Philippe Huberdeau, ainsi qu'un Responsable Marketing et Communication, Patrick Negro.**

Pour l'activité SOKOOL, **un Directeur Commercial, Thierry Derruaz, également en charge de l'animation des ventes aux particuliers et des grands comptes et Christophe Albregue, Responsable Marketing et Communication qui dynamise le marketing Digital de l'activité.**

Pour chacune des sociétés, un Directeur opérationnel est en poste : **Lionel Borel pour la société Albon, Laurent Marchal chez ASPool, Jean-Luc Palous participe au développement de l'activité de traitement de l'eau, Rémi Capeau dirige Albigès, Jean-Christophe Coiffic, No Stress, et Jérôme Malzieu et Eric Lombard se partagent respectivement la responsabilité de la production industrielle et des équipes de R&D et pose de SOKOOL.**

Notre organisation est structurée de façon très courte, avec un circuit de décision très rapide, qui nous permet d'être très réactifs face aux demandes de nos clients.



Franck CASTELBOU



Philippe HUBERDEAU



Thierry DERRUAZ



Patrick NEGRO



Christophe ALBRÈGUE



Lionel BOREL



Laurent MARCHAL



Jean-Luc PALOUS



Rémi CAPEAU



Jean-Christophe COIFFIC



Jérôme MALZIEU



Eric LOMBARD

Et pour l'export ?

Pour Sokool, **Thierry Derruaz est aussi en charge de l'export, et sur la partie Piscine, c'est Philippe Huberdeau qui préside à l'export chez Nextpool.**

UN MOMENT AVEC... Nicolas OSANNO

Directeur Exécutif Groupe O2 (Nextpool - SOKOOL)



Volet automatique IMM'AX - ABRIBLUE



Liner Marine - ALBON



Electrolyseur - STERILOR DUO



Voile d'ombrage - ALBIGÈS

Comment est composé le groupe, de combien de sociétés ?

Le groupe est composé de 2 pôles principaux : NEXTPOOL, œuvrant en B to B, qui regroupe 6 fabricants, et SOKOOL, qui fabrique et commercialise les abris de piscines, depuis Sarlat dans le Périgord. Le principe de l'organisation du groupe est d'être plutôt une fédération de PME mettant en commun les moyens essentiels à son développement. Au niveau des filiales travaillant avec les professionnels, nous allons mettre en commun les compétences marketing et commerciales pour ASPool (Abrisblue et Stérilor), fabricant de volets et d'électrolyseurs de piscine, Albigès, fabricant de couvertures de piscines et spécialiste de la protection solaire, avec ses gammes de voiles d'ombrage, de pergolas et de stores, Albion, spécialiste du liner. No Stress, notre produit lancé en 2016 dans le domaine des équipements connectés pour la surveillance des enfants autour de la piscine et Hydra Système, société fabriquant des volets de piscines et devenue depuis le 1^{er} février 2017 un label d'excellence pour le groupe sur l'ensemble des produits, sont venus compléter le dispositif industriel en 2016. Le groupe O2 est structuré comme une fédération, avec d'un côté NEXTPOOL, et de l'autre SOKOOL, ayant chacune leurs propres équipes commerciales et marketing, puisque les chemins d'accès à ces marchés sont différents.

Donc chacun est situé plutôt dans sa région d'origine ?

Toutes les usines sont basées en France, à Millau, Valence, Le Mans, Sarlat...

Le groupe n'a pas de siège social, dans la mesure où notre siège n'est qu'une adresse postale. Nous n'avons pas de bureaux, ni secrétaires ou assistants au niveau de la direction. Nous travaillons plutôt comme des Consultants, à la disposition des sociétés, évidemment complètement impliqués dans leurs résultats. Notre rôle est d'aider l'ensemble des sociétés à se développer. Le groupe est une plateforme d'accueil pour des croissances externes notamment, et visant l'innovation. Chacune des sociétés qui composent aujourd'hui le groupe possède entre 25 et 60 ans d'expériences sur son marché. Albigès a près de 60 ans d'existence, Albion près de 30 ans, les sociétés qui composent le groupe Sokool, même si ce nom est récent, ont une longue vie sur le marché et c'est cela qui fait la renommée de tout cet ensemble. Même si le groupe est de création récente, les sociétés et les marques qui le constituent ont toutes une histoire et un vécu sur le marché.

Comment s'organise l'accompagnement des ventes de chaque activité ?

Nous disposons actuellement de 3 pôles d'accompagnement des ventes. Un pôle d'accompagnement des ventes aux professionnels dans le domaine de la piscine, basé au Mans (72), un pôle pour le secteur de la protection solaire, situé à Millau (12), et un pôle d'accompagnement des ventes d'abris de piscines, à Sarlat (24).

Il y avait un véritable sens à réunir les moyens de saisie de commandes et d'accompagnement des clients, même si chaque entité dispose de ses propres outils et méthodes de travail. Chacune des sociétés facture directement son client et gère son propre fonds de commerce.

Nous sommes organisés sur le terrain avec 3 équipes commerciales chacune spécialisée, dans la piscine, la protection solaire et la vente des abris.

Notre fierté est qu'en 2017, notre groupe représente un chiffre d'affaires de près de 60 millions d'euros, émanant d'activités réalisées à 100 % en France, par 271 salariés qui travaillent dans des usines françaises.



abri ORION - SOKOOL



Pergola Pergalis - SOKOOL

Comment vous situez-vous sur l'échiquier français, européen ?

Pour chacune de nos marques, nous sommes soit leaders, soit co-leaders du secteur d'activité. En termes de fabrication d'équipements pour la piscine, nous sommes entre la 1^{re} et la 2^e place sur le plan national et si l'on considère notre chiffre pour l'ensemble du groupe, nous tenons la même position au niveau européen.

Quels sont les pays avec lesquels vous travaillez ?

Aujourd'hui le groupe Nextpool exporte dans 56 pays en fort développement, notamment l'Allemagne, numéro 1, l'Espagne et les pays d'Europe du nord. Nous exportons principalement vers des pays européens. Notre croissance à l'export est extrêmement forte et soutenue puisque nous réalisons depuis plusieurs années plus de 20 % de croissance annuelle dans ce domaine. Nous avons une équipe export structurée, animée par Rémy Bouchardy, composée de 4 technico-commerciaux qui font de la prescription et de la formation. Nous bénéficions d'un guide traduit dans 5 langues, de documentations disponibles en 8 langues et d'une équipe interne capable de parler couramment environ 9 langues. C'est le résultat de ces 5 dernières années de développement à l'export, sans oublier le renforcement réalisé en parallèle sur le terrain national. En effet, nos clients ont exprimé un réel besoin de services de proximité et nous avons donc déployé des moyens en ce sens, avec le développement de nos équipes commerciales sur le terrain.

Qu'est-ce qui a changé ces dernières années ?

Ce qui a changé ces dernières années, c'est qu'aujourd'hui pour se distinguer de la concurrence, il faut absolument entretenir une relation plus proche avec nos clients, être beaucoup plus à l'écoute et les accompagner. Ce besoin de proximité s'est accentué ces dernières années. Les entreprises de nos clients sont de plus en plus structurées, avec, pour les centrales, des responsables des achats et pour les pisciniers indépendants, une volonté de sélectionner les fournisseurs sur la qualité de produits et de services.

En résumé, l'exigence a franchi un cap. Nous avons pu observer sur ces dernières années des transmissions d'entreprises suivies de changements de mode de gestion, ce qui a nécessité de notre part une réelle adaptation. Nos clients recherchent des solutions allant bien au-delà du simple produit, mais englobant une proposition de services étendue.

La tendance va donc vers une exigence accrue, un besoin de grande proximité et la nécessité d'innover en permanence, pour se différencier sur le marché.

Comment voyez-vous le groupe Nextpool d'ici les 5 prochaines années et comment voyez-vous le marché évoluer ?

Pour le groupe O2, dans les 2-3 ans à venir, je vois un horizon permettant de dépasser le volume de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ce n'est pas une fin en soi, mais en nous développant nous aurons plus de poids sur le marché, nous serons davantage en mesure d'aider nos clients à maintenir leur prix, nous pourrions investir dans la R&D, en mettant en commun nos synergies dans le groupe.

Notre priorité du moment est d'accélérer le développement de Sokool à l'export, en plus de son renforcement en France, pour élargir notre domaine d'action.

Votre job : créer les conditions du succès ?

Oui, mon job en tant que Directeur exécutif est de créer les conditions du succès et de la réussite au sein de l'entreprise, de m'assurer en permanence de la motivation et de l'engagement des équipes et du fait qu'elles soient positionnées au bon endroit, pour pouvoir à la fois apporter de la valeur ajoutée et prendre du plaisir à faire ce qu'elles font.

Aujourd'hui, j'ai la grande fierté d'avoir une équipe composée de 271 personnes, toutes engagées pour une seule cause, celle du service au client. Toute l'entreprise est focalisée et centrée sur la valeur ajoutée que l'on peut apporter au client, ce qui est source de notre efficacité aujourd'hui.



Volet de piscine IMMEO - HYDRA SYSTEME



Objet connecté qui prévient des risques de noyade - NO STRESS

ADHÉRER À UN RÉSEAU

(suite de notre article Spécial PROS n°21)

Pourquoi et comment ?

Suite de notre articles parus dans Spécial PROS N° 21 de février, ce dernier volet présente de nouveaux témoignages qui apportent à la fois d'autres regards, mais aussi une certitude sur la valeur et l'importance de la personnalité d'un réseau. Due au créateur du réseau et aux membres qui composent ce dernier, cette personnalité est sans aucun doute la force attractive qui séduit les nouveaux venus. Et une fois de plus, on constate que les vieux dictons disent vrai : « qui se ressemble, s'assemble » ! Cet article n'est pas exhaustif. Les réseaux omis ou qui n'auraient pas répondu à temps, sont invités à se manifester auprès de la rédaction afin d'être publiés ultérieurement.

Virginie BETTATI

Après avoir étudié les droits et obligations des différents types de contrats pouvant intervenir (franchise, concession, licence de marques, GIE...), - à lire ou à relire dans notre précédent Spécial PROS - on se rend rapidement compte que le cadre juridique qui lie les adhérents n'est que celui mis au point par le réseau... et c'est tant mieux. Il s'adapte au secteur de la piscine et correspond aux ambitions tant du fondateur, que des membres qui viennent le rejoindre. Cette « adaptation » fait de chaque contrat une pièce unique.

Rappelons toutefois que, quel que soit l'engagement, celui-ci a pour objectif :

- d'assurer une force par l'union face à un marché de consommateurs de plus en plus exigeants sur la qualité, sur les prix et sur les services.
- de bénéficier d'outils de communication et de marketing qui seraient souvent financièrement trop lourds à supporter pour une seule entreprise.
- d'exploiter une image de marque connue et reconnue, propre à mettre en confiance vos clients.



- de partager vos expériences et vos problèmes dans une communauté solidaire.

LA PAROLE EST AUX RÉSEAUX !

OASIS PISCINES & SPAS : une offre variable, adaptée à « vos » besoins

www.oasis-piscines.fr



Eric TISSOT

Voici 6 ans qu'Eric Tissot, président du groupement Oasis Piscines & Spas, a mis au point une formule totalement atypique dans le monde de la piscine avec un réseau conçu sur-mesure pour ses adhérents. **« J'ai tout d'abord voulu que le réseau soit ouvert à tous, de l'artisan piscinier constructeur de bassins qui souhaite simplement bénéficier de bonnes conditions pour**

l'achat de son matériel, jusqu'à celui qui souhaite ouvrir un magasin de produits « piscine » avec des prix publics attractifs. Le réseau a donc la particularité et l'originalité de regrouper des membres aux activités très différentes. Pour parvenir à cet objectif, un seul moyen : un contrat de partenariat ultra-souple, variable grâce à de nombreuses options à tiroirs qui permettent une totale adaptation aux besoins de chaque individu. Notre force, c'est aussi de laisser un maximum de liberté à l'adhérent, de lui donner la possibilité de progresser et de se développer comme il le souhaite, à son rythme, pour assurer une construction solide et pérenne de son entreprise »

Nom : Oasis Piscines & Spas

Date de création de la marque : 2004

Activité : vente et installation de piscines en neuf et rénovation, spas, saunas.

Date de création du réseau : 2005

Nombre d'adhérents : 25 dont 8 magasins sous l'enseigne Oasis

Implantation géographique : sur toute la France

Implantation internationale : non

Nombre de point de vente en France : 25

Objectif : de 40 à 50 d'ici 3/4 ans

Lien juridique : contrat de partenariat à plusieurs niveaux, avec une offre Premium et une offre Excellence. Chacune d'elle pouvant être assortie d'options complémentaires. Avec l'offre Premium/CPI* l'engagement est d'1 année renouvelable par tacite reconduction. Avec l'offre Excellence l'engagement est de six ans renouvelable par tacite reconduction.

Obligations financières : pour l'offre Premium/CPI, pas droits d'entrée et une cotisation mensuelle fixe de 49 € HT. Pour l'offre

Excellence, pas de droits d'entrée et une cotisation mensuelle progressive à partir de 200 € HT la première année.

Autres obligations : une surface boutique minimum de 100 m² ainsi qu'un emplacement validé et conseillé au cas par cas.

Services proposés par le réseau : Une protection géographique pour les deux types de contrat. Pour l'offre premium/CPI, un accès aux fournisseurs référencés et aux tarifs préférentiels négociés.

Pour l'offre excellence, en plus des avantages de l'offre Premium, un catalogue annuel, un site internet vitrine, un service drive, une association de consommateur et expert judiciaire, un package marketing (catalogues drapeaux, chemises, tee-shirts...), un accès à un logiciel de gestion commercial Extrabat à tarif préférentiel, une assistance téléphonique.

CA escompté au bout de 2 ans : très variable en fonction des contrats, avec un minimum de 150 à 200 000 € pour l'offre Premium et un CA compris entre 400 à 500 000 € pour l'offre excellence.

* CPI : Centrale des Pisciniers Indépendants

OCÉAZUR : un vrai métier de l'entretien et de la rénovation

oceazur@oceazur.com / www.oceazur.com

Voici plus de 10 ans qu'Océazur s'est placé sur le marché de l'entretien, du dépannage et de la rénovation de piscines. Un marché qui ne cesse de prendre de l'importance, tant chez les particuliers, en piscine résidentielle, qu'en piscine collective, auprès des kinés, campings, ou toute autre grosse entité.

Luc Schaegis reconnaît que le réseau mis en place par Océazur a eu l'avantage de créer un vrai métier de professionnel de l'entretien.



Luc SCHAEGIS

“ Nous avons incontestablement une longueur d'avance sur les constructeurs de piscines qui se sont récemment engagés sur ce créneau très porteur. Notre force est également de pouvoir nous positionner sur des projets de grande envergure, en toute légitimité, car la rénovation a toujours été notre métier ”.

Avec une conception particulièrement paternaliste, il assure un suivi et un accompagnement entièrement personnalisé de chaque membre du réseau. Cette assistance est bien évidemment technique, mais elle peut être aussi administrative, financière, juridique, comptable...

“ Nous répondons à tous les besoins au cas par cas, pour une aide totalement sur-mesure. ”

Nom : Océazur

Date de création de l'enseigne : 2005

Activité : entretien de piscine (ponctuels et avec contrats), dépannage et SAV, rénovation de tous les types de bassins.

Date de création du réseau : 2006

Nombre d'adhérents : 19

Implantation géographique : toute la France, avec une concentration sur la côte atlantique, méditerranéenne et la vallée du Rhône.

Implantation internationale : non

Nombre de point de vente en France : 20

Objectif : une quarantaine afin d'offrir une représentation homogène sur l'ensemble du territoire

Lien juridique : licence de marque

Obligations financières de l'adhérent : 9 000 € HT de droit d'entrée à pondérer selon l'activité envisagée par l'adhérent, 150 €/mois pour la communication et 4 % du CA HT réalisé, hors construction.

Autres obligations : respect d'une charte qualité, participation aux formations et à la convention annuelle.

Services proposés par le réseau : référencement d'équipements et matériels (non obligatoire), accompagnement permanent, de la création jusqu'au développement de l'activité

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : variable, avec une moyenne de 150 000 €.

SOLUTIONS DE STRUCTURES PISCINES BÉTON ARMÉ



Le ferrillage de la structure est inclus.
Faible consommation de béton
135 litres/m³ pour structure hauteur 1,20 m
175 litres/m³ pour structure hauteur 1,50 m

LES POINTS FORTS

Structure à coffrage perdu Autoportante.
Hauteur de structure 1,20m ou 1,50m ou sur-mesure
Pièces d'escalier pré-installés en usine.
Profil d'accrochage liner Alu, intégré à la structure.
Coulage monobloc structure, fond et escalier.



Rapidité de montage :
2h à 2 personnes pour une piscine de 488 m³
Faible tassement :
+ 40 cm par rapport aux côtés du bassin intérieur.
Absence de joint de dilata-
tion.
Structure Autoportante.
Anse de la structure 27 cm.
Montage d'avec poids de réglages
sur dalle de propreté ou montage sur plots béton.

RESPECT

Unibéo respecte votre indépendance de chef d'entreprise, tout en vous accompagnant techniquement.

QUALITÉ

Production intégrale de nos structures sur notre site industriel situé vers Troyes.

Qualité 100% française.
Conforme aux normes BAEL.
Garantie décennale fabricant.

SERVICE

Bureau d'étude à votre écoute, pour répondre à toutes vos demandes de projets.

Production de votre structure piscine sous une semaine.

unibéo Piscines
www.piscines-unibéo.com

ADHÉRER À UN RÉSEAU

Pourquoi et comment ?

VIRGINIA : Stabilité et convivialité

piscines-virginia@ascomat.com / www.virginia-piscines.com

Pour Franck Georges à la tête du réseau depuis plus de 25 ans, avec une quarantaine de membres, on prétend ne rien avoir inventé.



Franck GEORGES

“ Le réseau reste un moyen de communication privilégié pour les adhérents. Grâce à lui, il est possible de bénéficier de nombreux outils marketing et de l'ensemble de la communication faite par le réseau. Nous faisons donc tout pour les aider à mieux communiquer, au travers l'aménagement d'un show room par exemple. Pour le reste, notre vision du réseau est claire : le moins de contrainte possible, pas de droits d'entrée, ni d'obligation de résultats et surtout un véritable esprit de partenariat et de convivialité. Il faut travailler en parfaite entente, dans le même état d'esprit. Aujourd'hui, je peux dire que nous sommes très proches de nos adhérents et que cette situation correspond très exactement à l'image du réseau que nous avons toujours souhaité. La preuve : aucun turn over ou presque. ”

Nom : Virginia

Date de création de l'enseigne : 1991

Activité : construction de piscines avec blocs à bancher isolants et l'ensemble du système constitutif (filtration, traitement, accessoires...).

Date de création du réseau : 1998

Nombre d'adhérents : 28

Implantation géographique : nationale avec une concentration sur l'est de la France, la Bretagne et la région Rhône-Alpes

Implantation internationale : Suisse et Norvège

Nombre de point de vente en France : 28

Objectif adhérents : + 20 % par an

Lien juridique : contrat de partenariat d'une durée de 2 ans renouvelable

Obligations financières de l'adhérent : forfait de 400 € HT à l'adhésion pour la participation site internet et 100 € HT par mois (facturés au trimestre) pour participation aux opérations publicitaires.

Autres obligations : l'exclusivité territoriale est consentie pour un minimum de 60 000 € d'achat.

Services proposés par le réseau : une assistante technique, des prix négociés et un service livraison rapide. Des formations techniques et commerciales régulières. Des supports de communication : plaquettes commerciales, drapeaux, enseignes, signalétiques pour foires. Une plaquette de 12 pages « promos été », « promos hiver » en distribution boîtes aux lettres 2 fois par an.

PISCINES PRESTIGE POLYESTER : exploiter la force du groupe

antoine.pinto@leacomposites.com / www.piscinesprestigepolyester.com

En entrant récemment dans le giron de Léa Composites, PPP peut s'appuyer sur toute la puissance du groupe. Comme pour Alliance Piscines, la marque historique du groupe, c'est Antoine Pinto qui est en charge du développement de ce tout jeune réseau, qui date du début de l'année 2017. Les objectifs restent donc très logiquement les mêmes : maintenir une forte cohésion entre les adhérents avec un état esprit conforme à celui voulu par Daniel Roman, créateur du réseau.

“ Rester humain et proche de nos membres adhérents est une priorité, même si notre volonté est d'accroître le nombre d'adhérents du réseau PPP, afin d'assurer un vrai service de proximité aux clients finaux. Le réseau est aussi un moyen de faire valoir : notre savoir-faire, le caractère artisanal de la fabrication, la noblesse du produit et une production 100 % made in France !. ”



Antoine PINTO



Thierry LEMIGNANT
Animateur du réseau PPP

Nom : Piscines Prestige Polyester

Date de création de l'enseigne : 2016

Activité : fabrication de piscines en polyester

Date de création du réseau : 2016

Nombre d'adhérents : 60

Implantation géographique : sur la moitié Ouest de la France

Implantation internationale : aucune

Nombre de points de vente en France : 60

Objectif : améliorer notre présence sur certains départements

Lien juridique : aucun, simplement une volonté commune de travailler ensemble sur une zone géographique déterminée.

Obligations financières : aucune

Autres obligations : pas d'obligations d'être mono produit, mais s'engager à ne commercialiser qu'une seule marque de coque polyester. Suivre les actions commerciales et promotionnelles du réseau, ainsi que les formations techniques & commerciales. « Adhérer » à la charte d'engagements de qualité Piscines Prestige Polyester. Adhérer à la FPP est un plus

Services proposés par le réseau : 2 usines sur l'Ouest en France pour plus de proximité et des délais de fabrication raccourcis,

associées à notre flotte de plus de 12 camions grues pour des délais de livraison optimisés et respectés. Un service commercial avec 1 directeur réseau et 1 animateur réseau, 2 actions commerciales fortes par an. L'accès à la bibliothèque de modèles de la gamme PPP sur le logiciel d'intégration Oneshot 3D Des formations techniques et commerciales annuelles. Une convention nationale annuelle permettant de découvrir les nouveautés, de rencontrer les autres membres du réseau, mais également le staff et les partenaires catalogue matériels et accessoires. Un catalogue de matériels & accessoires offrant un choix qualitatif et attractif économiquement grâce à des accords spécifiques avec des partenaires leaders du marché. Un service marketing qui s'occupe de la fourniture de PLV, catalogues commerciaux, drapeaux, etc.

Un site pro permettant d'avoir accès à toutes les informations (juridiques, commerciales et techniques). Un site grand public de premier plan, et fourniture de contacts qualifiés. Une hotline dédiée aux adhérents pour la gestion des SAV mais aussi pour des conseils et astuces d'installation matériels.

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : de 400 000 à 600 000 €

EURO PISCINE SERVICES : un fonctionnement coopératif

www.europiscineservices.com

Bruno Godinou insiste à juste titre sur le caractère atypique de ce réseau dont la mission première est d'apporter à ses adhérents les outils et les moyens pour développer leur attractivité et leur compétitivité sans entraver leur indépendance.

Contrairement aux schémas classiques Euro Piscine Services regroupe des pisciniers indépendants devenant actionnaires égaux du groupe au travers une SARL à capital variable.

A ce titre, les entrepreneurs décident du développement et de l'avenir de leur enseigne, sécurisant ainsi le devenir de leur propre entreprise.

En ce sens, par exemple, ce sont les membres du réseau, donc les associés, qui élisent leur conseil d'administration et le président parmi leurs pairs, qui font leur achat en commun et qui se partagent les bénéfices de la structure centrale en fin d'année. En qualité d'associés, ils sont également propriétaires de l'ensemble des structures (sièges, filiales, ...), des moyens, et notamment de l'enseigne et des marques développées.

La constitution et le fonctionnement du groupe résulte de la mise en commun, de la mutualisation et du partage des savoir-faire, des moyens humains, financiers, et des valeurs fondatrices partagées par tous ses membres : La Transparence, La Tolérance qui entraînent l'Unité et la Convivialité.

*Le groupe Euro Piscine est d'ailleurs membre de la fédération du commerce coopératif et associé.



Bruno GODINOU

Nom : Euro Piscine Services

Date de création de l'enseigne : 1994

Activité : Commerce de gros, centrale d'achats et d'enseigne pour la structure du groupe.

Pour les associés : Construction de piscines en panneaux de polymères pour la majorité des structures, avec une part de construction en béton. Spas, saunas et hammams.

Date de création du réseau : 1994

Nombre d'adhérents : 30 actionnaires

Implantation géographique : nationale

Implantation internationale : volonté de s'implanter en Europe

Nombre de point de vente en France : 48

Objectif : entre 10 et 15 points de vente supplémentaires notamment pour intensifier les régions Nord-Est et Sud-Est.

Lien juridique : les adhérents sont actionnaires de sarl à capital variable à part égalitaire, solidairement responsables.

Obligations financières : cotisation mensuelle de 775 € et commission sur les achats, pour les droits d'enseigne, les frais de fonctionnement et les outils mis à disposition.

Autres obligations : Mise en place d'un plan de formation à la carte dans notre structure et en entreprise afin d'aborder toutes les spécificités du métier tant sur le plan économique, juridique, social, comptable, commercial, technique.

Services proposés par le réseau : accompagnement dans la création/reprise d'entreprise. Suivi d'activité pendant la période de démarrage. Marketing et Communication. Publicité nationale et création d'un site personnalisé adossé au site national. Service comptable, juridique et technique dédié. Mise à disposition d'une assurance décennale par capitalisation (groupe) et d'un service de médiation.

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : selon les régions et les structures, de 600 000 à 2 000 000 €

REJOIGNEZ LE LEADER



PISCINES
PRESTIGE
POLYESTER

- Plus de 80 modèles de piscines coques polyester
- Fabricant français
- 2 usines de fabrication
- Garantie décennale
- Service livraison intégré
- Des partenaires de 1^{er} plan
- Tarifs privilégiés

contactez-nous au 06 17 52 66 04
ou info@piscinesprestigepolyester.com

piscinesprestigepolyester.com



ADHÉRER À UN RÉSEAU

Pourquoi et comment ?

PISCINES DE FRANCE : Un réseau en pleine dynamique !

siege@piscinesdefrance.fr / www.piscines-de-france.fr



Jean-Pierre MARCATI et David FONTAINE

Après de belles années au début de sa création, ce réseau a ronronné gentiment, trop peut-être, sans doute en raison d'adhérents historiques présentant un peu tous le même profil et la même moyenne d'âge. Mais en 2015, tout bascule. Fini de se laisser vivre ! Les adhérents laissent presque tous place à leurs successeurs, plus jeunes, plus dynamiques, et de nouveaux membres apparaissent, avec une large représentation féminine. Une nouvelle génération se démarque.

Le président, Jean-Pierre Marcati et son comité de direction décident aussi d'engager un animateur de réseau : David Fontaine. Celui-ci est en charge d'animer et de développer le réseau, tout en s'attelant à mettre au point un référencement ultra-qualitatif auprès des fournisseurs. Conditions de règlements, formations, stock de pièces détachées... tout à disposition pour que les adhérents puissent travailler dans les meilleures conditions, et ceci quelle que soit leur situation géographique.

Avec cet ensemble de bouleversement, le réseau accentue sa volonté de recruter de nouveaux adhérents avec une orientation haut de gamme et des services de même catégorie, tant pour les réalisations de piscines privées que publiques.

Un impératif toutefois pour cette nouvelle donne : aucune contrainte pour les membres !

“ Notre réseau ne doit pas vivre de ses adhérents. Au contraire, il doit vivre pour eux ! ” indique Jean-Pierre

Marcati. **Les cotisations demandées – d'ailleurs très raisonnables – sont systématiquement rétrocédées au réseau.**

Même état d'esprit pour les achats. Nous ne souhaitons en aucun cas nous diriger vers le fonctionnement d'une centrale d'achats. Nos conditions privilégiées profitent directement à nos adhérents, pour les aider à réaliser de bonnes marges.

Les outils mis à disposition ont été également entièrement revus.

Parfaitement adaptés à notre métier, ils sont à la fois efficaces et faciles à exploiter (l'ensemble de notre site et nos réseaux sociaux seront consultables sur smartphone dès mars par exemple). Nous sommes en mesure d'apporter de nombreux contacts commerciaux par un référencement optimisé. Un concept-store est aussi proposé à des coûts où, encore une fois, le réseau ne gagne pas d'argent sur l'adhérent ! ”

Nom : Piscines de France

Date de création de l'enseigne : 1972

Activité : construction de piscines principalement traditionnelles et vente de spas

Date de création du réseau : 1979

Nombre d'adhérents : 14

Implantation géographique : sur toute la France, avec une majorité dans l'ouest du territoire

Implantation internationale : non

Nombre de point de vente en France : 14

Objectif : une trentaine d'ici fin 2018 pour une intensification de la représentation (une campagne sera lancée dès février 2017).

Lien juridique : groupement pisciniers au travers un contrat de partenariat

Obligations financières de l'adhérent : un pourcentage du chiffre d'affaires

Autres obligations : 80 % des achats doivent se faire au travers du groupement sur une liste de produits référencés (pas de centrale).

Services proposés par le réseau : marketing, communication, centre de formation, etc.

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : au cas par cas, sachant que parmi les adhérents des chiffres de 400 000 à 2 700 000 € sont constatés.

POURQUOI ADHÉRER

On peut donc conclure de ces différents contrats, que celui de franchise est certainement le plus contraignant pour le franchisé, mais aussi celui qui garantit : assistance et mise à disposition d'un savoir-faire. Alors que ce contrat régissait à l'origine la majorité des réseaux, on peut aujourd'hui constater que le vrai cadre juridique de la franchise (c'est la Loi Doubin qui régleme les contrats de franchise) n'est plus celui qui est privilégié dans le monde de la piscine. Cependant, son concept est riche d'enseignements, très souvent repris dans le cadre d'autres types de contrat. Plus souple, les concessions et licences de marque peuvent donc être préférées par les indépendants qui sou-

haitent entrer dans un réseau, en limitant les contraintes. Tout dépend donc de la personnalité du piscinier. Enfin, les groupements et contrats moraux laissent incontestablement encore plus d'indépendance, mais requièrent sans doute plus d'investissement. Ici encore, tout est question de mentalité, d'engagement personnel et de loyauté ! On remarque cependant que la tendance est à la souplesse et que les réseaux, surtout lorsqu'ils sont jeunes, souhaitent imposer de moins en moins d'exigences et privilégier les rapports humains. Cette tendance conduit naturellement les parties à conclure des contrats sur-mesure, qui peuvent emprunter à la franchise, à la concession et au contrat moral.



Jean-Patrick QUICKERT
Directeur commercial
d'Alliance Piscines

ALLIANCE PISCINES : une impressionnante montée en puissance

antoine.pinto@leacomposites.com / www.alliancepiscines.com

L'histoire d'Alliance Piscines n'est plus à refaire, on la connaît tous plus ou moins. Détenue par le groupe Léa Composites qui s'annonce aujourd'hui comme le 1^{er} fabricant européen de piscines polyester, avec plus de 3 000 piscines livrées chaque année, la marque n'a cessé de se développer... et c'est la même chose pour son réseau !

Antoine Pinto a d'ailleurs récemment pris les rênes d'une ambitieuse politique qui souhaite réaliser un parfait maillage du territoire national.

Après avoir travaillé dans le monde de la piscine de l'acier/liner et du béton banché/liner où il développait déjà des réseaux, il se concentre sur cette activité de la coque, qui ne représente pas moins de 20 % du marché de la piscine en France !

« Notre priorité est bien sûr d'investir les zones où notre présence n'est pas suffisamment satisfaisante. Mais notre objectif essentiel est de maintenir le même esprit « fraternel » entre les membres, voulu par notre fondateur Daniel Roman. Il n'y a pas d'obligations financières particulières pour les membres. Nous souhaitons tout simplement les aider à se développer en leur fournissant un maximum de moyens. »

Nom : Alliance Piscines

Date de création de l'enseigne : 1994

Activité : fabrication de piscines monocoques en polyester

Date de création du réseau : 1994

Nombre d'adhérents : 120

Implantation géographique : sur toute la France

Implantation internationale : Suisse, Allemagne, Luxembourg, Belgique

Nombre de points de vente : 140 sur la France dont 20 à l'étranger

Objectif : Améliorer notre présence sur certains départements afin de favoriser la proximité avec le client final et conforter notre rôle de leader de la coque polyester.

Lien juridique : aucun, simplement une volonté commune de travailler ensemble dans le cadre d'un partenariat fort sur une zone géographique déterminée

Obligations financières : aucune

Autres obligations : pas d'obligation d'être mono produit, mais s'engager à ne commercialiser qu'une seule marque de coque polyester. Suivre les actions commerciales et promotionnelles du réseau, ainsi que les formations techniques et commerciales. « Adhérer » à la charte d'engagements de qualité Alliance Piscines. Adhérer à la FPP est un plus !

Services proposés par le réseau : 6 usines en France, 30 camions grues, 3 animateurs de réseaux, une équipe d'assistance commerciale sur Foires et Salons et 2 actions commerciales fortes par an. L'accès à la bibliothèque de modèles sur le logiciel d'intégration Oneshot 3D. Une convention nationale. Un catalogue de matériels et accessoires de qualité à un prix attractif. Fourniture de PLV, catalogues, drapeaux, etc. Un site pro pour toutes les informations (juridiques, commerciales et techniques) et un site grand public. Une hotline dédiée aux adhérents pour la gestion des SAV mais aussi pour des conseils et astuces d'installation matériels.

CA moyen escompté au bout de 2 ans : de 400 000 à 600 000 €



Vous êtes un professionnel de la piscine
et vous cherchez un nouveau partenaire ?

Rejoignez le réseau **ALLIANCE PISCINES**
1^{ère} marque européenne de piscines coques polyester

Développons un **PARTENARIAT DE CONFIANCE** ...
... et bénéficiez d'une **NOTORIÉTÉ NATIONALE**



CONTACTEZ-NOUS



alliancepiscines.com

- GARANTIE DÉCENNALE
- 6 Usines de fabrication
- Fabrication 100% Française

- Label qualité MATIP
- Zone de chalandises par magasin

- Contacts qualifiés
- Réseau NATIONAL

Adhérent :



Rejoignez nous
sur Facebook et
Google+



Mail : recrutement@leacomposites.com - 06 75 67 86 93

PERFORMANCE ET SIMPLICITÉ D'UTILISATION

ZODIAC® propose une gamme complète de robots nettoyeurs pour tous les besoins

Zodiac®, la marque incontournable d'équipement de la piscine, développe chaque année sa gamme complète de robots nettoyeurs.

A la pointe de l'innovation et révélateur des technologies les plus efficaces avec son département R&D basé à Toulouse, Zodiac® promet par son offre des robots adaptés à tout type de bassin, quels que soient les formes et les revêtements. Électriques, hydrauliques à aspiration ou à pression, chaque robot Zodiac® dispose de ses avantages techniques ou d'utilisation, garantissant une piscine propre et nette. Zoom sur cette offre complète et aux multiples atouts.

DES ROBOTS ELECTRIQUES PUISSANTS ET AUTONOMES

Zodiac® met à profit le meilleur de sa technologie et mise sur des robots de haute- puissance avec des équipements Plug&Play, entièrement autonomes.

A chaque piscine le modèle de robot adapté.

TORNAX : l'efficacité tout simplement

Fruit du savoir-faire Zodiac® et des dernières innovations du centre R&D, TornaX, nouveauté 2017 de la marque, est le dernier né de la gamme des robots électriques. Avec son poids plume de seulement 5,5 kg , c'est l'un des plus légers du marché pour une manipulation sans effort. TornaX offre un nettoyage optimal et couvre la globalité du bassin avec son déplacement intelligent. Équipé d'une fonction brossage, les débris seront décollés rapidement avant d'être aspirés. Enfin, TornaX bénéficie d'un filtre facile à nettoyer et sans contact avec les saletés pour l'utilisateur grâce à son accès facile par le dessus de l'appareil.



TORNAX RT3200

CYCLONX™ : un concentré de technologie pour toutes les piscines

Pour répondre aux besoins de nettoyage optimal sur l'ensemble du bassin, y compris sur la ligne d'eau et proposer une aspiration puissante, Zodiac® a mis au point la gamme de robots CyclonX™. Doté d'un filtre grande capacité et d'une large bouche d'aspiration, CyclonX™ garantit une aspiration rapide. Ses cycles pré-programmés offrent un nettoyage en profondeur du fond et des parois de la piscine. Autre atout et non des moindres, l'accès facilité au filtre grâce au système PUSH'N'GO™ qui permet de libérer le filtre par simple pression, sans être en contact avec les impuretés.



CYCLONX™

VORTEX™ : la puissance ultime

Grâce à l'aspiration cyclonique, à son filtre très grande capacité (4,7 L) et sa large bouche d'aspiration, Vortex™ offre une capacité d'aspiration ultra puissante ! Un atout fort qui fait du Vortex™, le favori de la gamme Zodiac®. Avec ses 3 niveaux de filtration et son aspiration cyclonique, le Vortex™ offre une puissance exceptionnelle ! En version 4WD, Vortex™ se déplace sans aucune difficulté dans

l'ensemble du bassin et quel que soit le revêtement. L'utilisateur sera séduit par la technologie Lift System qui allège instantanément le poids du robot à la sortie de l'eau de près de 20%. En quelques secondes, un jet puissant vide le robot de son eau pour le rendre plus léger à sortir de l'eau. Autre atout pratique et nouveauté 2017 : le Swivel qui limite l'emmêlement du câble pendant le cycle de nettoyage.

RV 5500 : le favori de la gamme Vortex™

Avec ses 4 roues motrices, le RV 5500 bénéficie d'une agilité et d'une stabilité parfaites sur tous les revêtements. Grâce à sa télécommande Kinetic, l'utilisateur peut choisir de guider le robot où il le souhaite pour un nettoyage de précision. Il est

désormais équipé du dispositif Swivel limitant l'emmêlement du câble d'alimentation et avec son poids réduit par sa technologie Lift System, le RV5500 est aujourd'hui le produit le plus complet de la gamme Vortex™.



Vortex™ Swivel



Vortex™ Lift System

Zones de nettoyage	Fond / Parois / Ligne d'eau
Source d'énergie	Autonome, branchement sur le 230 V en amont du transformateur
Système de traction	4 roues motrices
Transmission	Engrenages
Brosses	Oui (Brosses Contact +)
Lift System	Oui
Swivel anti emmêlement	Oui
Télécommande	Oui
Sécurité	Système plage, sécurité hors d'eau, protection électronique des moteurs
Système de filtration / accès	Filtre rigide avec accès sur le dessus du robot
Bac filtrant fourni	100µ

MX9™ : le robot hydraulique qui brosse signé Zodiac®

Équipé de brosses actives, le nouveau MX9™ élimine les algues et les saletés incrustées! Branché sur la prise balais, le MX9™ garantit également un nettoyage complet pour un bassin propre quelle que soit sa forme ou son fond.

Avec son système de navigation préprogrammé X-Drive, le robot se déplace de façon automatisée et gère tous les changements de direction possibles en un clin d'œil.

Zones de nettoyage	Fond et parois
Cycle de nettoyage	Filtration de 6h conseillée en 3 fois 2h
Source d'énergie	Groupe de filtration
Déplacement	Aléatoire
Système de fonctionnement	Aspiration mécanique
Installation	Sur la prise balai ou le skimmer
Longueur de tuyau	12 sections de 1 m



MX9™

“ A chaque besoin, un robot Zodiac ”

ZODIAC POOLCARE
2 rue Edison - 69500 BRON
04 78 79 51 74
www.zodiac-poolcare.fr



POOLSTAR

Une PAC spéciale piscine hors-sol à un prix « imbattable » !

POOLSTAR annonce avoir relevé le défi de proposer une **pompe à chaleur pour piscine hors-sol** dotée des fonctionnalités de ses modèles Premium, à un prix public défiant la concurrence ! La **POOLEX MINILINE**, conçue pour les piscines hors-sol inférieures à 20 m³ propose une puissance adaptée aux besoins, avec une capacité de **4,2 kW**. Elle est pourvue d'un compresseur haute performance Toshiba, un échangeur à double serpentin en titane et restitue un COP supérieur à 6,18 (Air 26° / Eau 26°). Elle peut fonctionner jusqu'à une température de 4°C et intègre un système antigel breveté POOLEX.



Son design ultra compact, pour un faible encombrement, un boîtier en métal traité anti-UV et anticorrosion, pour une durée de vie allongée, une émission sonore inférieure à 29 dB à 10 mètres, en font une PAC idéale pour les petits espaces, offrant de belles performances à un prix très compétitif (698 € prix public conseillé TTC).

La **MINILINE** est garantie 2 ans, le compresseur 5 ans et le serpentin en titane à vie (contre la corrosion). Elle est livrée avec des connecteurs de diamètres 32/38.

contact@poolstar.fr / www.poolstar.fr

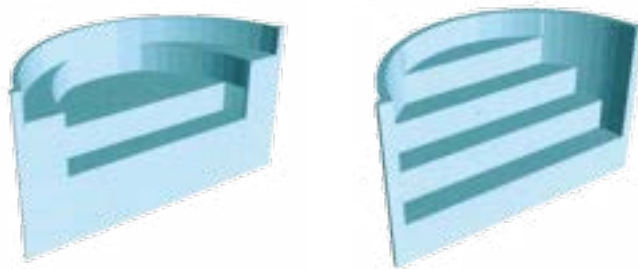
PPS FRANCE

PPS lance sa gamme d'escaliers en acrylique

Depuis plus de 20 ans PPS, située près de Montauban (82) s'est spécialisée dans la fabrication de piscines, d'escaliers de piscines et coques en polyester. Durant toutes ces années, elle n'a cessé d'améliorer son **panneau de piscine®** (modèle déposé) pour une **fiabilité accrue et une facilité de**



pose optimale. La structure de piscines PPS est constituée de 6 panneaux uniquement pour une piscine jusqu'à 6 x 12 m, et est disponible en toute hauteur, de 0,20 à 1,90 m, en pente douce ou en pente composée. Chaque panneau est manu portable et ne nécessite aucun engin de levage pour la pose. Une structure PPS se monte en 3 heures à 2 personnes. Le béton est ensuite coulé en 3 heures simultanément avec la dalle de fond. Une piscine PPS ne nécessite qu'une quantité de béton réduite (3 m³ requis pour une piscine de 5 x 10 m par 1,20 m de hauteur). La structure obtenue est aussi solide qu'une construction traditionnelle et offre des supports de plage intégrés, supprimant ainsi tout risque d'effondrements. Le large chaînage périphérique facilite la pose des margelles.



En 2017, en parallèle à cette fabrication, PPS lance sa gamme d'escaliers thermoformés en acrylique. Ces escaliers d'angle, quarts de rond ou droits, romans ou rectangulaires, sont disponibles en plusieurs hauteurs et largeurs et s'adaptent à toute structure existante sur le marché.

claudine.maisonnette@pps-piscines.fr
www.produit-polyester.com

Profitez de tarifs privilégiés en préventes sur le site www.oficoncept.com

Objet Flottant Intelligent

OFI Light

OFI Zen

OFI, l'analyseur de piscine, connecté et lumineux

Trophée de l'INNOVATION Janvier 2017

Simplifiez-vous la piscine

OCEDIS

Commande en ligne

Ocedis à travers son site internet www.ocedis.com propose de nombreux services accessibles en ligne : Présentation des produits Ocedis, informations sur le traitement de l'eau avec une FAQ, conseils sur l'utilisation et les avantages produits, téléchargement de documentation, mise à disposition de formulaires de retours ou de contact etc.

Découvrez également « l'espace pro » pour réaliser des devis ou encore commander directement en ligne. Pour demander vos identifiants, rendez-vous sur www.ocedis.com.



BINDER

La turbine de nage HydroStar inspire même les champions olympiques

HydroStar de BINDER est un système de nage à contre-courant novateur, propulsé par des turbines et produisant un courant large et puissant, tel qu'on peut en trouver dans les plans d'eau naturels. Avec ce système, les nageurs amateurs et professionnels peuvent entraîner leur endurance même dans les petites piscines. D'ailleurs, mêmes les compétiteurs de l'équipe nationale de natation, le double champion olympique Yannick Agnel et leur entraîneur, qui ont testé HydroStar, sont enthousiasmés par la performance du système.

« HydroStar de BINDER est plus abouti et plus puissant que les autres systèmes que nous avons testés », déclare l'entraîneur national Lionel Horter, impressionné par les possibilités offertes par ce système.

« Le Système permet un réglage individualisé de la puissance par rapport à l'effort recherché. »

L'ajustement en continu de la force du courant est parfaitement adapté aux exercices qu'Horter a conçus pour ses poulains, car il tient compte du niveau de performance propre à chacun. Horter y voit un autre avantage pour l'entraînement, tenant au fait que ses athlètes délivrent une performance entière et constante : « Les nageurs se battent, même en fin de séance, pour nager contre les turbines HydroStar ».

Le système permet cette performance grâce à quatre niveaux de force, avec des débits de 160 à 550 m³ d'eau par heure. Il est contrôlé par télécommande, ou via un bouton



piezo, ou encore par écran tactile au bord de la piscine, en option. L'écran indique la distance à parcourir en nageant, le temps nécessaire et permet la création de programmes d'entraînement.

HydroStar consomme seulement 20 à 50 % de l'énergie des systèmes à pompes et peut être raccordé à toute alimentation électrique usuelle domestique.

Une nouvelle variante du système, encore plus performante, est déjà prévue pour la rencontre olympique de Mühlhausen.

info@binder24.com / www.binder24.com

Pleatco AdvancedSPA™

LA NOUVELLE NORME EN MATIÈRE DE FILTRATION

ENFIN UNE CARTOUCHE DE FILTRE UNIQUEMENT POUR LES SPAS

TISSU DE FILTRATION DE POINTE OPTIMISÉ POUR SPA

NOUVEAU ET EXCLUSIF

TISSU DE FILTRATION PLUS LOURD AVEC DES FIBRES PLUS FINES, UNIQUEMENT POUR LES SPAS. *

Plus propre.
Plus clair.
Plus sain.

DOTÉ D'UN NOUVEAU TISSU DE FILTRATION DE POINTE ET D'UNE TECHNOLOGIE FREE FLOW CORE® UNIQUE

PLEATCO.COM

La Compagnie de l'Eau Pure

PleatcoPure™
THE CLEAN WATER COMPANY

LAMOTTE

Bandelettes réactives InstaTest®

La gamme de bandelettes réactives InstaTest® de LaMotte, répond aux exigences des tests en eau de piscine et spa sur une série complète de paramètres. Elle permet les tests habituels du chlore (libre et total), brome, pH, de l'alcalinité, la dureté totale et l'acide cyanurique, ainsi que des tests spécialisés pour un large éventail de paramètres, y compris le chlorure de sodium et le phosphate.

Les utilisateurs d'InstaTest® bénéficient d'une bandelette de test facile à utiliser avec des couleurs distinctes, un développement de couleur stable, sans contamination croisée entre les tampons, avec des résultats instantanés et précis. Le flacon à ongle breveté est revêtu d'un film moulé dessiccateur, protégeant les bandelettes contre l'humidité. Chaque flacon contient 50 bandelettes. Une plus grande protection contre l'humidité et des résultats rapides et fiables font des bandelettes InstaTest® un système de test très fiable.

LaMotte Europe est le principal fournisseur d'InstaTest® sur le marché européen, offrant le service à la clientèle, des prix compétitifs, des délais courts et des dates de péremption très étendues, allant de 18 à 24 mois. L'étiquetage personnalisé est également une option.

sales@lamotte-europe.com / www.lamotte-europe.com



EOTEC

L'oxygène actif fabriqué directement dans la piscine !

ECOSWIM+, dévoilé officiellement sur le salon de Lyon en novembre dernier est un condensé des 15 années d'expérience en traitement de l'eau développées par EOTEC avec le procédé ECOSWIM.

Innovant, ce nouvel automate tout-en-un produit l'oxygène actif nécessaire à la désinfection, directement dans la piscine !



Grâce à son électrode quadripolaire brevetée, cet appareil, prévu pour des piscines de 10 à 120 m³, est en plus multifonction : il produit en effet désinfectant, stabilisant, anti algues et anti calcaire, mais autorégule également le pH et le TAC de l'eau du bassin. Il est pourvu d'un mode « Shock », permettant d'assainir l'eau au démarrage, de rattraper une eau verte et d'effectuer un hivernage passif, et d'un mode « Boost » assurant une production supérieure en cas de température de l'eau dépassant les 30°C.

Répondant à une forte demande en automatisation autonome, l'automate s'installe et s'emploie très facilement, procurant une eau saine, désinfectée et désinfectante, et préservant les équipements de la piscine tout au long de l'année.

Le dispositif se compose d'un boîtier électronique sur lequel l'utilisateur paramètre les données de sa piscine, un module de fabrication et 1 à 3 électrodes à oxygène actif (selon le volume du bassin à traiter).

Cet automate rend obsolètes les tâches fastidieuses de contrôle du pH et du TAC, la manipulation de produits chimiques et la multiplicité de produits. Tout l'entretien de la piscine peut s'effectuer avec ECOSWIM+ et l'eau de la piscine peut en plus être utilisée pour arroser le jardin !

ecoswim@ecoswim.fr / www.ecoswim.fr



RÉSEAU DE PROFESSIONNELS DE LA PISCINE

www.bel-o.fr

PLUS FORT, ENSEMBLE

> QUALITÉ > COMPÉTITIVITÉ

> PERFORMANCE > DYNAMISME

Nous rejoindre, c'est rester indépendant !

Contact : 04 65 01 02 67 • commerce@bel-o.fr

Retrouvez toute les
NOUVEAUTÉS
de la profession
TOUS LES JOURS
sur eurospapoolnews.com





WATER WORLD SOLUTION

L'électrolyse sans sel dans la piscine !

Water World Solution présente un ingénieux système breveté pour le traitement de l'eau de piscine utilisant le principe de l'électrolyse, mais sans nécessiter de sel dans le bassin.

CHLOR'IN produit, grâce à l'électrolyse à basse tension sur une série d'électrodes, du gaz chloré (dioxyde de chlore) directement sur la canalisation de l'eau à traiter.

Le processus chimique se fait dans un réservoir chargé en sel (environ 35 kg versé dans un cylindre de stockage), connecté à la canalisation. Le sel libère du chlore sous une forme gazeuse, agissant comme puissant désinfectant, et migre dans la canalisation de l'eau à traiter. La piscine est ainsi désinfectée sans ajout de produits chimiques, ni de sel dans l'eau, et ce, quelle que soit la période de l'année ! L'action de traitement par le gaz chloré possède des propriétés bactéricides, germicides et algicides permanentes sur les installations, évitant tout besoin d'ajout de pompes doseuses. En effet, **CHLOR'IN produit plusieurs désinfectants** tels que le dioxyde de chlore, l'acide hypochloreux (chlore actif) mais aussi de l'oxygène et de l'hydrogène (peroxyde d'hydrogène). Du fait de l'absence directe de sel dans le bassin, les problèmes liés à la corrosion des équipements sont également annihilés.

Autre avantage : plus de stockage ni transport de produits chimiques dangereux, de bidons de chlore, de bidons de biocides...

Le système CHLOR'IN est piloté depuis un boîtier intégrant les technologies les plus avancées, dont un logiciel fiable, évolutif et unique. Pour une utilisation aisée, les

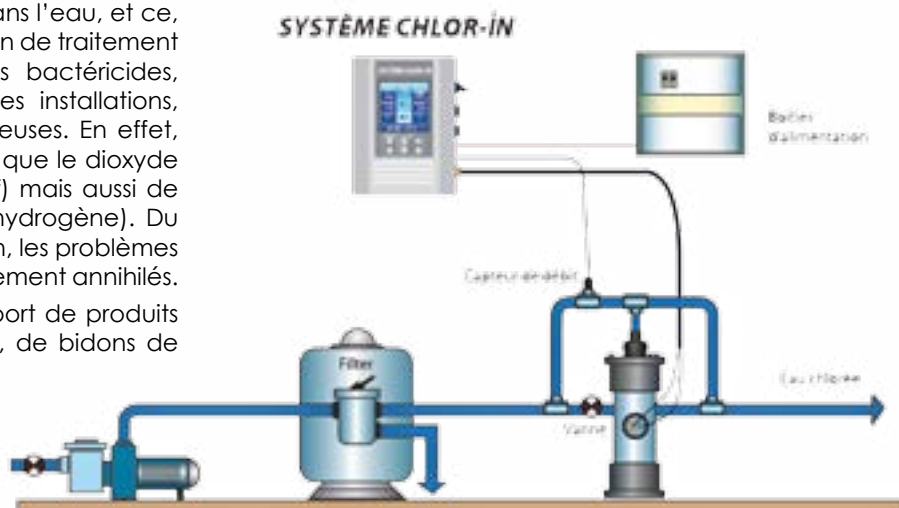
informations importantes et diagnostics s'affichent clairement sur l'écran LCD.

Ce système peut être installé sur tout type de canalisations, même avec des débits importants et être appliqué à tous les traitements d'eau de façon générale : bassins de rétention, eaux de chaudières, circuits de refroidissement, eaux industrielles.

Fabrication WWS : contact@wwseurope.com

www.water-world-solution.com

Distribution AELLO : www.aello-piscine.fr



CHLOR-IN : L'EAU NATURE.

Enfin, la piscine sans sel !

Un système de traitement sans sel, dans l'eau de la piscine.

Système breveté

CHLOR-IN est fabriqué par WWS :
 Tel : 04 42 20 77 77 - Mail : contact@wwseurope.com
www.water-world-solution.com

CHLOR-IN est distribué par AELLO
 Tel : 04 74 82 35 60 - Mail : info@aello-piscine.fr

CCEI

Meteor : de nouvelles versions pour la saison 2017

Avec des piscines de plus en plus équipées, les utilisateurs sont désormais confrontés à la difficulté de gérer simultanément tous ces appareils facilement.

Meteor répond à cette exigence en centralisant les fonctionnalités essentielles de la piscine dans un seul appareil : éclairages à LED, gestion de la filtration, du hors-gel, etc.

Pour la saison, **CCEI propose de nouvelles versions du coffret Meteor, en intégrant des fonctionnalités spécifiques selon les modèles.**

Meteor Speed permet de gérer les pompes à vitesse variable, installées de plus en plus fréquemment pour équiper les bassins.

Pour les contrôler à distance, le coffret sera décliné dans une version permettant de sélectionner à distance la vitesse de filtration selon les événements.

Les plages de fonctionnement sont aussi programmables avec différentes vitesses.

Dans la nouvelle version de Meteor Balnéo, la pompe de massage et le blower sont pilotés, en plus de la pompe de filtration et des éclairages, par un bouton piezoélectrique étanche et éclairé.

Avec le Meteor Solar, c'est le pilotage du chauffage solaire aux fonctions de base qui est télécommandé, par le biais d'un circulateur 3 voies, relié à un collecteur solaire.

En fonction de la température de l'eau, mais aussi du collecteur, Meteor décide de faire circuler l'eau dans le collecteur afin d'augmenter la température de l'eau. En plus de ces nouvelles fonctionnalités, l'appareil conserve son contrôle intuitif et automatisé des fonctionnalités de la piscine.

De plus, le contrôle à distance est toujours disponibles à l'aide du Zen'iT et de l'application iOS / Android.

contact@ccei.fr / www.ccei.fr



SCP

Deux nouveaux robots TORNAX PRO chez SCP !

Les robots TORNAX PRO de Zodiac comptent 2 nouveaux modèles proposés en exclusivité chez SCP dans le catalogue 2017, **le TORNAX PRO RT 2100 et le TORNAX PRO RT 3250.**

Le premier se destine à nettoyer le fond des piscines (jusqu'à 8 x 4 m), tandis que le second brosse et aspire les débris et saletés du fond et des parois de bassins (jusqu'à 10 x 5 m).

Le TORNAX PRO peut travailler en piscines enterrées et piscines hors-sol à parois rigides quelle que soit la forme du bassin, mû par son système de traction à chenilles.

Il évolue dans l'eau grâce à un système de déplacement préprogrammé, avec un cycle de 2h pour le nettoyage du fond. Compatible avec tous les systèmes de revêtement, liner, coque, PVC armé, béton peint ou carrelage, il peut pour ce dernier type de revêtement être équipé en option d'une brosse spéciale carrelage pour un nettoyage optimal.

Avec son poids ultraléger de seulement 5,5 kg, il est très facile à sortir de l'eau par sa poignée de transport, après le cycle de nettoyage. L'accès au filtre pour l'entretien se fait aisément, par le dessus du robot, pour une maintenance simplifiée.

TORNAX PRO est doté d'un boîtier de commande, avec son socle, et peut s'équiper en option d'un chariot de transport ergonomique. Livré avec un bac filtrant d'une finesse de filtration de 100 µ (débris fins) et d'une capacité de 3 L, il est possible d'y adapter en option un filtre pour plusieurs sortes de débris (très fins 60µ ou larges 200µ). Garantie de 2 ans.

info.fr@scppool.com / www.scpeurope.fr



TORNAX PRO RT 2100



TORNAX PRO RT 3250

BAYROL

La gamme de galets Chlorilong couvre tous les besoins de traitement des piscines

La nouvelle gamme de galets de chlore lancée par BAYROL couvre tous les besoins du marché en matière de traitement de l'eau. **Segmentée en 3 catégories, CLASSIC, POWER5 et ULTIMATE7, la gamme Chlorilong®, s'adresse aux différents propriétaires de piscine.**

Chacune des 3 formules se décline en traitement hebdomadaire, ou de longue durée (BLOC). Désinfectant et stabilisant du chlore sont inclus dans Chlorilong® CLASSIC, les 5 actions désinfectante, anti-algues et anticalcaire, clarifiante en continu et stabilisante du chlore, sont l'apanage de Chlorilong POWER5, tandis que 7 fonctions, toujours en un seul galet, sont assurées par Chlorilong ULTIMATE7 (désinfectante, stabilisante, clarifiante, anticalcaire, anti-algues, traitement choc du filtre et traitement choc du bassin). Ces galets sont compatibles avec tout type de filtre, à placer directement dans le skimmer, un doseur flottant

ou une station de dosage. Ils ne troublent pas l'eau et ne laissent aucun dépôt. De plus, Chlorilong POWER5 et Chlorilong ULTIMATE7 ne contiennent pas de sulfate de cuivre, afin de respecter les revêtements et équipements de la piscine.



Toute la gamme bénéficie de la technologie A.P.O®, une méthode de compression brevetée qui rend le galet très compact et non friable, pour une dissolution homogène, lente et régulière. En outre, ces galets, non comburants, offrent des conditions de transport et de stockage sécurisées. Les seaux bénéficient également de la capsule brevetée innovante Clorodor Control®, neutralisant les odeurs de chlore dans l'air ambiant pour plusieurs semaines.

www.bayrol.fr / www.bayrol.fr

POOL TECHNOLOGIE

Avec e-Pool la piscine est sous contrôle

Entretenir sa piscine du bout des doigts, c'est ce que propose l'application **e-Pool de POOL TECHNOLOGIE**.

Depuis un Smartphone ou une tablette, la piscine est sous contrôle : les paramètres de l'eau sont consultables en temps réel par l'utilisateur. Le professionnel en charge de l'entretien de l'eau peut ainsi intervenir à distance rapidement. **Désormais, l'application permet à l'utilisateur de maîtriser, programmer et gérer certains paramètres, selon les besoins réels de la piscine :**

- Ajustement des sondes pH, sel et température ainsi que des sondes chlore ou ORP ;
- Modification de la consigne pH et de la consigne de production chlore ou ORP ;
- Mode de régulation du pH et de l'électrolyse ;
- Activation/désactivation de la fonction TEST électrolyse ;
- Activation/désactivation de la fonction BOOST.



Un problème ? **E-Pool, signale toute anomalie, pour pouvoir agir à temps en intervenant chez votre client à distance, via le mode « ASSIST ».** Depuis son interface web, le professionnel a accès à des commandes avancées dont :

- L'historique des paramètres ;
- L'activation des options : capteur débit, bidon vide, volet, commande extérieure, sonde, sel, sonde température ;
- La remise à zéro des paramètres d'usine ;
- L'arrêt d'urgence de l'appareil ;
- La gestion complète des alarmes et des notifications.

Le professionnel optimise ainsi ses interventions et tisse une relation de proximité avec son client. De son côté, le propriétaire de la piscine gère mieux sa piscine, réalise des économies et optimise la durée de vie de ses équipements.

contact@pool-technologie.fr
www.pool-technologie.com

Retrouvez toute les
NOUVEAUTÉS
de la profession
TOUS LES JOURS
sur eurospapoolnews.com





POLYTROPIC

Le chauffage de piscine

AVANT

APRÈS

POUR UNE INSTALLATION
DISCRÈTE !

Gamme INDOOR

Une gamme de pompes à chaleur piscine conçue pour être installée directement à l'intérieur du pool house !

- + SILENCIEUSE
- + ESTHÉTIQUE
- + HIVERNAGE SIMPLIFIÉ

HOTLINE

04 78 56 93 96

+33(0)4 78 56 93 90 / polytropic@polytropic.fr
www.polytropic.fr

© Innoventum.fr - 30/06/2015 - www.innoventum.fr

POOL TECHNOLOGIE

La gamme JUST SALT évolue

Reconnus pour leur fiabilité et leur efficacité, les produits de la gamme JUST de POOL TECHNOLOGIE évoluent pour la saison 2017. **Les 3 électrolyseurs JUSTSALT, JUSTSALT DUO et JUSTSALT PRO possèdent désormais un écran LCD graphique rétro éclairé, ainsi que de nouvelles fonctionnalités.**

Simple et intuitive, la nouvelle interface LCD de JUSTSALT propose à l'utilisateur un menu complet, décliné en 9 langues. Désormais, il est très facile d'y visualiser la durée de vie de la cellule et de gérer les paramètres de la piscine (production de chlore, température de l'eau, taux de sel, hivernage automatique...). En cas d'anomalie, l'écran affiche un message clair simplifiant l'intervention de l'utilisateur. L'appareil conserve bien entendu les technologies qui ont fait son succès, telles que « Smart Power ». Celle-ci permet de maintenir la production de chlore de manière constante, même si la cellule est partiellement entartrée ou le pH incorrectement stabilisé. Il est donc inutile de modifier le réglage de la production en cours de saison, comme sur beaucoup d'appareils. Le nouveau programme d'autotest intelligent, conjugué à l'historique des événements, sont tout autant d'atouts qui facilitent aussi la maintenance par les professionnels.

JUSTSALT se décline en deux autres versions plus avancées, JUSTSALT DUO et JUSTSALT PRO. Le premier garantit une régulation pH proportionnelle au volume de la piscine selon un process breveté. Quant au second, le plus complet de la gamme, en plus d'une désinfection par électrolyse du sel et d'une régulation du pH, il offre une production de chlore auto-adaptative grâce à une sonde Redox (ORP) spéciale sel. Les risques de surchloration ou de manque de chlore sont ainsi limités et la durée de vie des équipements prolongée.

Soucieuse de répondre aux attentes de ses clients, POOL TECHNOLOGIE offre à travers ces évolutions la possibilité d'optimiser le suivi du professionnel et le confort pour les utilisateurs.

contact@pool-technologie.fr / www.pool-technologie.com



Le choix clair pour l'entretien des piscines et spas

Une large gamme de matériel de première qualité sous une seule grande marque australienne

Construction robuste en matière plastique stabilisée pour la durabilité contre l'effet du soleil

Interchangeabilité maximum des outils et perches avec ceux du commerce actuel

Une grande disponibilité à partir de l'entrepôt européen de Magnor®

Livraison rapide dans toutes les régions de la France métropolitaine et la Belgique

Vente directe aux distributeurs, revendeurs et professionnels de la piscine

Prix compétitifs et remises commerciales intéressantes

Téléchargez le catalogue complet à partir de l'URL www.magnor.fr

Contactez-nous pour apprendre plus sur le matériel d'entretien Magnor® ainsi que sur les possibilités de distribution et de revende

Magnor Europe Ltd.
Tel : +33 (0)4 26 46 03 08
Mail : info@magnor.fr
Web : www.magnor.fr

ONDILO

La piscine de plus en plus connectée !

Fruit de deux années de recherche et développement, **ICO** vient d'être lancé sur le marché par la société provençale **ONDILO**. Ce petit îlot connecté flotte à la surface du bassin de façon autonome. **En continu, il collecte puis transmet les paramètres essentiels liés à la qualité de l'eau** : température, pH, Redox/ORP, conductivité... Également prédictif, l'appareil dispose d'un moteur d'analyse intégrant de multiples données croisées, telles que la météo, lui permettant d'anticiper au mieux les variations des paramètres de l'eau et d'agir en conséquence rapidement. Surfant sur la vague des objets connectés appliqués à la piscine, ICO facilite évidemment l'entretien pour les propriétaires de piscine ou pour les professionnels en charge de cette tâche.

Selon les données connectées en temps réel, les utilisateurs sont notifiés directement sur leur **application smartphone ICO** et peuvent consulter des recommandations de dosages et de corrections personnalisées.

Quant aux professionnels, ils peuvent depuis leur **interface experte dédiée** surveiller à distance leur parc de piscines, établir des pré-diagnosics et intervenir plus efficacement.

Un soin tout particulier a été apporté à la conception et au design du produit ICO, pour répondre aux mieux aux exigences de simplicité d'usage, de fiabilité et d'expertise. Un design compact lui permet de s'adapter à toutes les configurations : en bassin, dans le skimmer, sous un volet,... Robuste, l'appareil est conçu pour un entretien simple et économique, à la portée de tous. En effet, ses sondes « tout terrain » sont conçues pour être remplaçables individuellement uniquement lorsque nécessaire, soit après plusieurs années d'usage. De plus, sa batterie ne nécessite un rechargement qu'une fois par saison, via un port USB.



contact@ondilo.com / www.ondilo.com

AZENCO

Bien à l'abri toute l'année

Azenco propose depuis 2015 des solutions innovantes et fonctionnelles pour différentes configurations d'aménagement extérieur, ajoutant simplicité d'utilisation et esthétisme à ses ouvrages. Pour la saison 2017, le fabricant braque les projecteurs sur la pergola et les abris de véhicules, avec plusieurs nouveautés.

Dans l'air du temps, la pergola à **lames bioclimatiques R-Blade** est recouverte de lames orientables, protégeant du soleil en été et laissant pénétrer la chaleur et la clarté en hiver. La circulation de l'air permise entre les lames assure une ventilation naturelle agréable. De plus, ces lames sont étanches et l'évacuation de l'eau en cas de pluie se fait directement dans chaque poteau. Le client peut profiter de cette structure pratique et esthétique en toute saison. Fabriquée en aluminium labellisé Qualicoat et Qualimarine, R-Blade propose plusieurs options, dont la gestion climatique, pour un maximum de confort.

Du côté des abris de voiture, le nouveau **Carport solaire e-Rcar**, équipé de panneaux solaires poly cristallins, permet d'une part de récupérer de l'énergie électrique utile à l'autofinancement de l'installation, d'autre part, aux rayons UV de ne pas altérer la peinture des véhicules abrités.

Tandis que **le R-Car** se destine notamment à la protection des camping-cars, les protégeant par son toit légèrement cintré, qui facilite l'évacuation de l'eau. Un canal d'évacuation est également disposé dans les profilés, afin de limiter et d'éliminer la condensation de la toiture. Ce carport est composé d'aluminium thermolaqué et de dibon traité anti-UV double face et anti-jaunissement, préservant le véhicule du contact direct avec les UV. Il peut être adossé, accolé ou installé de façon totalement indépendante.

contact@azenco.fr / www.azenco.fr



Pergola à lames bioclimatiques R-Blade



Carport solaire e-Rcar



Abris R-Car

METEOR

Le pilote automatique de la piscine



Option ZenIT : Boîtier de contrôle à distance et application smartphone Bluetooth®.

Vivez sereinement votre piscine au fil des saisons



Diminue la durée de filtration pour économiser de l'énergie

Protège les canalisations contre la formation du gel

*selon le mode sélectionné pour le départ auxiliaire. 1 seul choix possible.



Facilite la remise en route avec le départ surpresseur*

Régulation de pH quand la pompe de filtration est en route (prise 230V)



Durée de filtration augmentée pendant les fortes chaleurs

Mise en route automatique des LED à la tombée de la nuit



Prolonge la saison avec la gestion du chauffage*

Diminue la filtration quand la couverture est fermée



Fabricant d'équipements innovants pour la piscine

POLYTROPIC

La nouvelle PAC INDOOR, quasi invisible !

Polytropic présente une nouvelle pompe à chaleur pour piscine, à installer à l'intérieur du Pool House. **PAC INDOOR fonctionne à un niveau sonore extrêmement bas, se faisant complètement oublier dans son local technique.**

En effet, le ventilateur à variation de vitesse équipant la PAC, allié à un débit d'air auto-adaptatif fonction de la météo mais aussi des spécificités de l'installation, lui permettent d'avoir toujours le niveau sonore le plus bas possible.

Installée en intérieur, en période d'hivernage la PAC ne se trouve plus exposée au gel, ni à la mauvaise météo.

L'appareil peut être proposé également en rénovation, conçu dans des dimensions compatibles avec un passage dans la plupart des portes de locaux techniques, soit avec une largeur inférieure à 90 cm.

Plusieurs entrées et sorties d'eau ont été prévues sur la face avant, ainsi que sur le côté, afin de s'adapter à la configuration du Pool House.

Les différents kits d'installation fournis par Polytropic permettent en outre de s'adapter à presque toutes les contraintes d'installation. L'aspiration d'air se fait sur un mur du local et la sortie, elle, peut être située en toiture ou sur un mur également.

Grilles, sorties toitures et autres gaines sont proposées en option afin d'assurer une installation rapide et simplifiée.

Deux modèles selon la dimension du bassin **INDOOR S** (bassin de 50 m³) et **INDOOR XM** (bassin de 90 m³) seront disponibles dès fin avril chez POLYTROPIC.

polytropic@polytropic.fr / www.polytropic.fr



Connectez vos piscines, en toute simplicité

ICO
ondilo.com

Un concentré de technologies pour surveiller à distance la qualité de l'eau

CES INNOVATION AWARDS 2017

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT
GREEN TECH VERTE

La FRENCH TECH

contact@ondilo.com - tel : +33 972 58 46 04

ALUKOV

Terra, l'abri piscine le plus bas de la gamme

Parmi les abris de piscines et de spas fabriqués par ALUKOV, le **modèle Terra** distribué par ALUKOV France est l'**abri télescopique** le plus bas proposé par le fabricant tchèque, **presque au niveau du sol**. En position fermée, il laisse une vue dégagée sur le jardin.



Son système de rail unique permet un accès par 3 des côtés de la piscine et de libérer de l'espace autour du bassin.

Très maniable, facile à ouvrir et à refermer, cet abri est aussi disponible avec une structure en **7 coloris au choix** : argent, blanc, beige, anthracite, bronze, cobalt ou imitation bois. Le polycarbonate des éléments peut être transparent ou fumé, et les guides du rail de couleur beige, argent ou bronze.

info@alukovfrance.fr / www.alukovfrance.fr

HAYWARD

La pompe Tristar VSTD disponible en deux versions de puissance



On connaît maintenant les bénéfices procurés par les pompes de piscine à vitesse variable, favorisant les économies énergétiques de façon conséquente pour l'utilisateur. Fort du succès de son

modèle Tristar VSTD de 1,5 cv, Hayward lance le modèle de puissance 2 cv, pour un débit jusqu'à 31 m³/h. Deux puissances sont donc désormais disponibles afin de s'adapter aux différentes installations, restituant, pour le premier modèle, une puissance de 1 100 W et de 1 400 W pour le second modèle. Cette pompe silencieuse offre un rendement optimisé notamment grâce à son design hydraulique, procurant jusqu'à

85% d'économie sur la consommation électrique (économies potentielles généralement constatées : 65 %).

Son **module de contrôle intuitif**, positionné sur un boîtier rotatif à 180°, affiche les informations pertinentes, telles que la consommation d'énergie en temps réel. Cinq programmes journaliers y ont été ajoutés, en plus du mode Timer.

Une fonction « Skimming » permet d'écrémer la surface de l'eau automatiquement toutes les 1, 2 ou 3 heures. Quatre entrées digitales sont prévues pour un éventuel pilotage de la pompe par un contrôleur externe et des raccords unions sont fournis pour une installation simple. Cette pompe est préconisée pour des bassins jusqu'à 120 m³ et peut remplacer une pompe Tristar® mono vitesse sans modification d'installation. Tristar est facile à installer dans ses branchements électriques et facile à entretenir grâce à son couvercle quart de tour.

marketing@hayward.fr / www.hayward.fr

LEA COMPOSITES

Nouveau local technique compact



Léa Composites présente le **Teknik'O**, la solution de local technique pratique et compacte.

Son design moderne et ses dimensions maîtrisées (120 L x 100 l x 140 ht) permettent de l'intégrer facilement dans tous les jardins.

Spacieux, ce local peut accueillir une filtration jusqu'à 16 m³/h (sable) ou plus (cartouche), ainsi que le By Pass pour la pompe à chaleur, l'électrolyseur et la régulation pH.

Son ouverture large facilite l'accès pour l'installation mais aussi le maniement des appareils.

info@alliancepiscines.com
www.alliancepiscines.com



Fauteuil infrarouge mobile
Alto Confort PLUS®

HOLL'S
COMFORT DESIGN SAUNAS

UNE OFFRE INNOVANTE !

- INNOVATION MONDIALE :
1^{er} fauteuil infrarouge mobile
- Panneaux infrarouges en fibres de carbone
- Température réglable
grâce à sa télécommande à affichage digital
- Inclinaison et accoudoirs réglables

Scannez
et découvrez



UNE GAMME COMPLÈTE DE SAUNAS
HAUT DE GAMME



Poolstar

Votre Partenaire Piscine & Bien-être
www.poolstar.fr

ASTRALPOOL

La nouvelle génération de pompes de filtration



La nouvelle génération de pompes de filtration pour piscines AstralPool **VICTORIA PLUS Silent** est une évolution de la gamme VICTORIA PLUS, procurant un plus haut niveau de rendement doublé d'un plus faible niveau sonore.

Cette pompe auto-aspirante, d'une puissance de 0,5 à 3cv, est équipée de moteurs monophasé et triphasé (protection IP55) et conçue avec des matériaux thermoplastiques de dernière génération.

Son moteur intègre une bride de grand diamètre résistante aux forces axiales, lui procurant une grande fiabilité.

Son hydraulique optimisée (sortie directe) lui permet d'assurer une réduction du niveau sonore, rapporté à moins de 70 dB(A). Son roulement avant de grande taille a été conçu avec une qualité renforcée.

Pour plus de robustesse, la fixation a été améliorée et la pompe est pourvue d'une vis de fixation pour le couvercle de son ventilateur et d'un nouveau socle.

Pratique, la pompe VICTORIA PLUS Silent est d'une utilisation et d'un entretien faciles, grâce à l'intégration d'un préfiltre doté de 2 poignées sur son couvercle : l'utilisateur peut ainsi extraire le panier sans l'aide d'aucune clé.

La pompe est conçue et fabriquée en Europe.

marketing@fluidra.fr / pro.fluidra.fr

SCP

Un nettoyage au top avec le robot Zenit 12 !

Le robot **DOLPHIN ZENIT 12** de **Maytronics** est arrivé en **exclusivité chez SCP !** Avec

son triple brossage actif, qui frotte et élimine algues et bactéries, le fond et les parois des piscines jusqu'à 10 m sont

nettoyés sans effort. Son système de navigation gyroscopique **CleverClean™** lui permet d'éviter les obstacles, grâce à la correction de trajectoire, pour un nettoyage systématique de toute la piscine.

Ses cartouches de filtration fines et ultrafines filtrent à la fois particules fines et gros débris.

Ce double niveau de filtration promet une eau limpide et un nettoyage sans risque de colmatage dans toutes les conditions. Pour la maintenance, l'accès aux filtres s'effectue par le haut du robot.

info.fr@scppool.com/ www.scpeurope.fr



PROFLEX

Où se procurer PROFLEX en 2017

En 2017, la **colle-joint PROFLEX** continue d'être l'alliée des pisciniers sur les chantiers, toujours plus évoluée dans la 6^e génération hybride de sa composition. Cette année, les professionnels peuvent toujours s'approvisionner chez les distributeurs suivants : SCP, CEC, Interplast, APF.

La société AFG Europe informe ses partenaires, que PROFLEX n'est plus distribuée depuis 2017 par FLUIDRA Commercial France.

Commercialisée depuis 1995 exclusivement par les professionnels, cette colle-joint permet de réparer

sous l'eau les fissures dans les liners, skimmers, escaliers en polyester, béton ou

PVC, coques ou margelles, étancher un presse-étoupe de projecteur défectueux, fixer des ornements, coller des frises de carrelage, etc. **Elle peut être peinte avant ou après application, ou appliquée directement dans un coloris blanc, bleu, transparent, gris, noir ou sable.** Conditionnée en cartouche de 310 ml / 505 g, la colle-joint est réutilisable après ouverture.

PROFLEX est formulée sans silicone, sans solvant, sans isocyanates et sans odeurs et classée depuis 2013 Eco-DDS et A+ depuis 1998, au regard du respect de l'environnement. Elle s'utilise sans solvant, ni primaire d'adhésion, et peut s'enlever fraîche des mains et supports, à l'aide d'un simple chiffon sec.

Le fabricant propose aux professionnels de la piscine de distribuer ou d'importer PROFLEX. Pour cela, il leur suffit de se rapprocher d'AFG Europe afin d'obtenir la liste des Distributeurs Généralistes Piscine, qui leur feront une offre de prix et de conditions sur mesure.

Des kakemonos, roll-up, cartons et cartouches vides factices sont également mis à leur disposition gratuitement pour la mise en avant du produit en showroom.

afg2europe@gmail.com



EAU DE BAINADE BIO RESPONSABLE

100% SANS CHLORÉ

DÉSINFECTE L'EAU

EAU DOUCE ET PROPRE

EAU CLAIRE ET INODORE

NE PIQUE PAS LES YEUX

ANTI-ALGUES

ANTI-BACTERIES

ANTI-CHAMPIGNONS

FLOCULANT

EFFICACE DÈS 15 MN

RESPECTE L'ENVIRONNEMENT

DEVENEZ DISTRIBUTEUR

www.poolsan.fr

0805 14 00 60

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

VEGAMETAL

Des abris de piscine toujours plus performants

Cette année VEGAMETAL™ concentre ses efforts sur l'évolution de sa gamme, la rationalisation de son offre et l'optimisation de sa compétitivité dans le domaine des abris de grande largeur.



Tout d'abord, l'entreprise a investi dans de nouvelles filières et profileries améliorant la performance de ses produits et permettant le développement de nouvelles offres, mieux adaptées, au plus proche des besoins de ses clients :

- **Abris fixes VEGALINE** Version PLUS, EXTRA, MIXTE, MASTER (13, 16, 18, 20 m de large) ;
- **Abris télescopiques VEGA** Version STAR, STAR PLUS, MASTER (14, 16, 20 m de large) ;



D'autre part, la société poursuit un investissement continu dans la Recherche et le Développement, lui permettant de proposer cette année :

- **Un abri télescopique mixte** à ouverture centrale et modules fixes, munis d'ouvertures latérales sans seuils au sol ;
- **Une option LED** sur la gamme des abris télescopiques, véritable performance au regard de l'écueil technique que représente la dissociation des modules mobiles entre eux ;
- **Un logiciel de calcul et de simulation de nouvelle génération** (investissement 2016). Le Bureau d'Etude VEGAMETAL™ est en capacité de fournir les calculs de charge et diagrammes simulant le comportement de la structure sous les contraintes de neige et de vent, selon les zones géographiques d'installation, y compris sous contrainte sismique.
- Au début de cet été, le fabricant d'abris sera parmi les seuls en Europe à répondre à la **réglementation NF EN 1090**, issue des nouvelles directives européennes et ouvrant la voie au marquage CE de ses produits.

L'entreprise est affiliée à la FPP et à l'ASOFAP, son usine est certifiée ISO 9001 selon TÜV Rheinland® et VEGAMETAL France est titulaire d'une garantie décennale AXA BTPLUS n° 6292800104.

vegametal.france@vegametal.com
www.vegametal.com



POOLSTAR Jetline® PREMIUM

LA POMPE À CHALEUR POUR LES PROS

- Pompe à chaleur **Premium** réservée aux magasins
- Disponible en 10 versions pour bassin **jusqu'à 160 m³**
- Monophasée & triphasée
- **Meilleur COP européen**
- Efficace & économique
- **Ultra silencieuse**





Poolstar
Votre Partenaire Piscine & Bien-être
www.poolstar.fr

WOOD

Des pieds d'enrouleur qui osent se montrer !



WOOPY

Après quelques semaines de recherche sur la façon d'améliorer l'esthétique de ses enrouleurs de couvertures hors-sol, l'entreprise WOOD en est venue à la conclusion que... des pieds d'enrouleur, quelle qu'en soit la forme, resteraient... des pieds d'enrouleur, donc relativement peu décoratifs. L'idée ingénieuse : habiller les pieds en créant un objet esthétique, et qui plus est, fonctionnel ! Elle lançait donc **WOOPY**, une solution très astucieuse, **habillant l'enrouleur de couverture en pot de fleur** rectangulaire ou



SPOTY

mi-rond, très élégant au bord de la piscine. Comme le cache-pot en son temps, le cache-pied d'enrouleur est né ! Dans la même veine, WOOPY a été rapidement suivi de **SPOTY, une boule lumineuse à LED**, jouant double rôle également au bord du bassin.

L'année 2017 est par ailleurs pour le fabricant celle d'un enrichissement de son offre de bâches à barres, bâches ou filets d'hivernage, bâches à bulles avec enrouleurs, et, de sa gamme de pompes à chaleur.

info@wood.fr / www.wood.fr

- Simple
- Efficace
- Economique
- Esthétique

Mur filtrant GS14

Bloc filtrant MX 18 et 25

Bloc filtrant FB 12

Nage à contre-courant JL

FILTRINOV
21 la Chazotte
3 rue Gustave Eiffel
BP 80308 • 42353 LA TALAUDIÈRE

Tel : +33(0)4 77 53 05 59
Fax : +33(0)4 77 53 28 52
mail : info@filtrinov.com
site : www.filtrinov.com

POOLSTAR

La nouvelle PAC triphasée de POOLSTAR

Fort du succès de sa première génération de pompes à chaleur triphasées, POOLSTAR lance la nouvelle **POOLEX TRILINE PREMIUM réservée uniquement aux professionnels**.

Dotée d'un compresseur haute performance et d'un échangeur à double serpent en titane, cette pompe à chaleur obtient un COP supérieur à 5 (Air 15°/Eau 26°). Particulièrement silencieuse, elle émet moins de 33dB à 10 mètres.

Equipée du système antigel breveté POOLEX, la PAC fonctionne jusqu'à une température de -10°C. Facile à utiliser grâce à son interface simplifiée Touch & Go, cette nouvelle PAC est aussi réversible et compatible avec le traitement au sel. Disponible en 6 puissances, de 15 à 32 kW, elle est adaptée à des bassins jusqu'à 220 m³.

En plus des modèles classiques, deux modèles hybrides sont proposés. Qu'il fasse -5°C ou -15°C, ces PAC continuent de fonctionner grâce à leur réchauffeur électrique intégré. Tout le confort et la performance de 2 énergies sont réunis dans une unité compacte et intelligente.

Certain de la fiabilité de sa gamme Premium, POOLSTAR étend sa garantie à 3 ans (5 ans pour le compresseur et à vie pour le serpent en titane) et offre un service de dépannage à domicile sous certaines conditions.

contact@poolstar.fr / www.poolstar.fr



APF

Une couverture automatique caillebotis immergés élégante et discrète

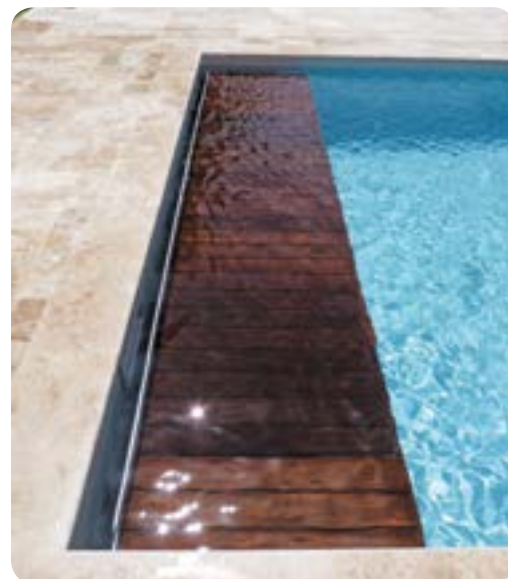
APF fabrique depuis 20 ans des couvertures de sécurité pour piscine au sein de ses 3 usines françaises. Parmi sa gamme de 15 modèles de couvertures automatiques, toutes conformes à la norme NF P 90-308, les modèles **Pool Diving, aux caillebotis immergés**, offrent élégance et discrétion. Avec leur intégration parfaite, cette couverture s'intègre sous un escalier ou une plage, sans perte d'espace pour la baignade. **Trois modèles sont proposés** : deux à la construction, avec moteur tubulaire axial Covéo, pièces à sceller et moteur en coffre sec, et un modèle est dédié à la rénovation, avec son moteur tubulaire dans l'axe Covéo et une fixation par flasque en inox. Ce moteur, garanti 5 ans, permet une ouverture/fermeture plus rapide, peut avec sa puissance équiper des bassins jusqu'à 120 m³ en immergé et dispose d'une étanchéité renforcée.

Les lames isolantes, étanches, traitées anti-UV et antitaches, comportent des ailettes amovibles de 20 mm et sont disponibles dans les coloris opaques Blanc, Sable, Gris clair, Gris moyen et Bleu, en version solaire en Bleu foncé ou Gris anthracite, et en version polycarbonate solaire Métal, Cristal ou Nuit. Concernant cette dernière version, le modèle Cristal vient d'être homologué, répondant à la norme NF P 90-308, les 2 autres coloris sont en cours d'homologation.

Pour un grand choix d'harmonisation, les caillebotis sont proposés en PVC strié blanc, sable ou gris, en ipé lisse, en plaque de PVC à draper ou plaque de polyester à carreler.

Le système exclusif et breveté Autofix, conforme à la norme NF P 90-308, est associé en option à cette couverture, pour un verrouillage/déverrouillage totalement automatique, sans aucune action manuelle. Utilisant l'énergie magnétique, il est simple à installer et à utiliser.

marketing@apf-france.com / www.apf-france.com



PRODUITS PISCINE - NOUVELLE GÉNÉRATION

ZÉRO ODEUR DE CHLORE - NE COLORE PAS L'EAU

POPPSI®
Une couleur, une action

*"Simplifiez-vous
la piscine avec Popsi"*



JAUNE
Chlore Lent

ROSE
Chlore Choc

IVOIRE
PH +

BLEU
TAC +

LAVANDE
Chlore Multifonctions

ORANGE
PH +

VERT
Anti-salgues

Innovation et Fabrication Française

info@poppsi.fr / www.poppsi.fr

T&A

Production et innovation en mode 3.0



L'an dernier, pour ses 20 ans, T&A décidait d'investir dans l'amélioration de son processus industriel, en se dotant d'une ligne de production de nouvelle génération, automatisée et ultra performante, capable de fabriquer une lame de couvertures en moins de 12 secondes ! **Le résultat est un délai de livraison réduit de 25 %, grâce à l'introduction de**

la technologie du soudage de bouchons par ultrasons. Cette dernière permet un soudage instantané du bouchon de la lame, sans délai de séchage, et surtout, sans traces visibles. **Avec plus de 3 000 couvertures fabriquées par an et un délai de production parfaitement maîtrisé,** T&A est reconnu par les professionnels pour la qualité de ses fabrications, la fiabilité de ses moteurs et de ses cartes électroniques. Le fabricant continue sur sa lancée. Le **Premium Clean Profile** est la dernière lame chauffante en polycarbonate du fabricant, bénéficiant d'une chambre de liaison opaque, donc isolée de la lumière. Il s'agit d'une innovation en matière de lame de couvertures, permettant de réduire considérablement le développement des algues dans cette chambre. L'entretien de la couverture s'en trouve significativement réduit pour le professionnel en charge de la piscine ou le propriétaire s'il s'en occupe lui-même.

info@aquatop.be / www.t-and-a.be

POOL TECHNOLOGIE emballe ses clients



Pour la saison 2017, POOL TECHNOLOGIE ajoute une corde à son arc, en proposant **une offre complète de consommables disponibles en points de vente.** Du collier de prise en charge à la cellule compatible, le fabricant a conçu des packagings pour répondre à des contraintes de sécurité, logistique et design. L'objectif est d'apporter une véritable valeur ajoutée à sa gamme de consommables. Les packagings dessinés sont en effet modernes et esthétiques, facilitant la mise en valeur des produits en magasin.

Ces nouveaux emballages, au-delà d'une fonction de protection, permettent également d'augmenter la productivité (de l'atelier jusqu'au point de vente) et de réduire les coûts sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. La gamme des sondes pH bénéficie désormais d'un suremballage au design élégant et épuré, facilement identifiable en rayon. Le packaging élaboré pour les cellules d'électrolyse, alliant esthétisme et efficacité, permet facilement d'identifier le produit à l'intérieur, grâce à sa fenêtre d'exposition.

Pour l'ensemble des autres pièces détachées, le packaging vient épouser parfaitement la forme de la pièce détachée en transparence, améliorant ainsi sa présentation et facilitant la mise en rayon grâce à une attache européenne.

Économique, cet investissement limite les intermédiaires dans la chaîne logistique et permet de diminuer l'empreinte carbone grâce à un remplissage optimal des cartons et palettes.

Ces nouveaux emballages visent à faciliter l'auto-vente, réunissant l'essentiel des informations techniques à apporter aux clients. Ils offrent également aux produits une protection optimisée grâce à un calage amélioré et un suremballage sécurisé. POOL TECHNOLOGIE illustre ainsi son engagement auprès des professionnels.

contact@pool-technologie.fr
www.pool-technologie.com

PLEATCO

FilterWash – La puissante tablette qui fait le travail pour vous

Pleatco présente le nouveau **FilterWash, une tablette de nettoyage effervescente à action rapide,** spécialement formulée pour pénétrer en profondeur dans n'importe quelle cartouche filtrante réutilisable et éliminer

les impuretés accumulées, tels que les lotions, crèmes solaires, les huiles pour le corps, la graisse, la poussière, les résidus de savon et autres matières organiques.



Contrairement à d'autres agents de nettoyage, cette tablette se présente en formules distinctes, l'une pour les piscines et l'autre pour les spas, conçues

scientifiquement pour chaque environnement.

Pleatco FilterWash respecte l'environnement et ne requiert ni dosage, ni produit chimique. Extrêmement facile à utiliser, chaque tablette peut nettoyer en profondeur jusqu'à deux cartouches filtrantes, et leur permet ainsi de restaurer au maximum leur niveau de performance initial, sans détériorer le filtre.

bat@pleatco.com / www.pleatco-europe.com

AVADY
L'engagement de l'eau plaisir

Fabricant français de matériels pour le traitement de l'eau des piscines et des spas

CONCEPTION & INNOVATION
SERVICES & CONSEILS

POOL DOSING
MESURE Team spirit
Reliability CONTROL
INNOVATION
REACTIVITY
Customer services
pH
CHLORINE
GPOOL
market
Quality
focus
EXPERIENCE
TEMPERATURE
QUALITY

Tel : +33 (0)1 34 48 16 03 | contact@avadypool.com | www.avadypool.com

ASCOMAT Steamcab : le hammam 100 % facile

A installer sans aucun travaux de structure, de carrelage, d'étanchéité et d'évacuation de l'eau (grâce à un bac intégré destiné à la récupération des condensats),

cette cabine d'un nouveau concept est entièrement préfabriquée. Elle bénéficie d'un système de montage avec des joints d'étanchéité intégrés permettant un assemblage complet en moins de 4 heures. Il suffit de la raccorder à une alimentation d'eau et d'électricité. Constituée de panneaux isolants composés de mousse en polystyrène extrudé de 25 mm, de panneaux composite blanc de 8 mm (pour la face intérieure cabine), d'une structure en aluminium avec coloris au choix (en option), de verre trempé de 6 mm, d'un banc et de panneaux décoratifs, elle offre des finitions sobres et épurées pour une élégance raffinée au design contemporain très tendance.

On remarque son générateur de vapeur de 4,5 kW de marque **Harvia** et son tableau de pilotage tactile (pour la diffusion de la vapeur et l'éclairage led intégré).

Dimensions de cette cabine pour 4 personnes :
1,70 m x 1,40 m x 2,10 m de hauteur.



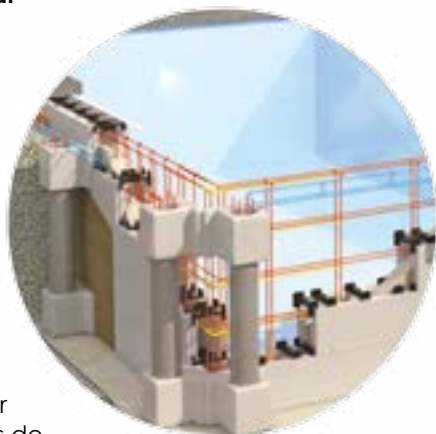
Xtrem Bloc : le coffrage haute résistance

Les modules en polystyrène expansé haute densité **Xtrem Bloc d'Ascomat**

se composent de bandes reliées par des entretoises en polypropylène pour offrir une résistance hors-pair. La particularité de ce bloc à bander isolant est son voile béton continu. Parfaitement isolants (résistance thermique de 4), ils peuvent aussi s'utiliser pour les constructions de pool house, de garages ou de maisons.

Ils se déclinent en 7 pièces différentes :

- 2 bandes de 1,25 m x 0,30 m x 0,07 m
- 1 bloc angle réversible 0,77 m x 0,30 m x 0,29 m
- 1 bloc de refend 0,77 m x 0,30 m x 0,29 m
- Des entretoises simples (départ et haut de mur)
- Des entretoises doubles (maintien des bandes)
- 1 bloc de linteau
- 1 bloc de coffrage de dalle



info@ascomat.com / www.ascomat.com

Happy: Bike

EXCLUSIVITE MAGASINS EXCLUSIVITE

Waterflex

Water Fitness Expert

EN COULEUR C'EST PLUS FUN !

- Vélo aquatique à résistance hydraulique
- 4 Points de réglages en hauteur :
Selle, guidon, pied avant et pied arrière
- Roues easy-roll silicone anti-rayures
- Pédales AquaSpeed à sangles fixes
- Patins de stabilité en silicone
- Inox de qualité marine AISI 316L

DISPONIBLE EN 3 COLORIS

ORANGE

COBALT

FUCHSIA

Poolstar

Votre Partenaire Piscine & Bien-être

www.poolstar.fr

PLEATCO

Des cartouches filtrantes spécialement pour les spas !

Alors que les cartouches filtrantes utilisent une conception et des matériaux similaires pour les deux environnements de spa et de piscine, Pleatco a développé et créé avec succès une cartouche filtrante très-performante, spécifiquement optimisée pour les spas. Tous les filtres de remplacement **Pleatco Advanced Spa** sont fabriqués à partir d'un tissu de filtration scientifiquement conçu et renforcé de 90 g. Ce tissu spécifique à forte densité de brins filtrants extrêmement fins, exclusivité Pleatco, améliore le flux d'eau, augmente la capacité de rétention des impuretés ainsi que la longévité de la cartouche. En raison de la finesse des fibres et d'une technique de fabrication sophistiquée, ce nouveau tissu de filtration présente une plus grande surface d'humidité cumulée. Optimisé pour les environnements à eau chaude et à forte densité de baigneurs, il parvient ainsi à capturer une plus forte concentration d'huiles, de lotions et d'impuretés.

Lors du nettoyage, la texture du tissu de filtration permet de libérer davantage d'impuretés capturées, afin de restaurer au maximum le niveau de performance initial du filtre. Ainsi, il est possible de nettoyer simplement et efficacement ces nouveaux filtres avancés, et par conséquent, d'améliorer la force du courant, réduire l'entretien et prolonger les intervalles entre deux nettoyages. De plus, ces cartouches



filtrantes sont conçues autour d'un noyau, Free Flow Core, qui fournit un débit plus important pour une performance énergétique des jets de spa.

L'alliance du nouveau tissu de filtration Pleatco Advanced et du noyau Pleatco Free Flow Core crée un système de filtration puissant offrant une capacité de nettoyage rapide, hautement efficace, et réitérable. Pouvant remplacer n'importe quel type de cartouche filtrante, elles apportent aux propriétaires de spas la tranquillité d'esprit dont ils ont besoin pour se détendre et se concentrer sur ce qui importe réellement : la santé et le bonheur.

bat@pleatco.com
www.pleatco-europe.com

AELLO

Un media filtrant léger, innovant, économique

Les balles filtrantes AQUALOON remplacent les medias habituels utilisés dans les filtres à sable, offrant des avantages supplémentaires. Incomparablement plus légères, ces balles polyéthylène innovantes ont de surcroît un fort pouvoir de rétention grâce à leur fibre tissée et retiennent donc plus de polluants. Les contre-lavages de filtre sont alors moins fréquents.

Le risque de retour de sable dans le bassin en cas de crépine endommagée est aussi supprimé. Par ailleurs, la présence du diffuseur sur le filtre empêche l'aspiration des balles filtrantes lors du contre-lavage.

Autre atout du media : pour 25 kg de sable, **AQUALOON** ne nécessite que 750 g de balles filtrantes ! Autant dire que le transport et la livraison sont largement facilités !

Le produit, compacté dans un carton, tient dans un coffre de voiture. Le remplacement de la charge se fait aussi plus facilement, sans effort et sans se salir.

Les installateurs ont pu constater par ailleurs la grande finesse de filtration procurée par ce media filtrant, de l'ordre de 3 à 5 microns (contre 40 µ pour le sable), comparable à celle obtenue avec un filtre à diatomées. Il engendre très peu de pertes hydrauliques, ce qui est bénéfique pour la qualité de filtration.

Ce media filtrant est résistant aux produits chimiques (acide, chlore), recyclable et non toxique. En cas d'encrassement extrême, il peut se retirer très facilement du filtre pour être lavé en machine.

La finesse de filtration naturelle du produit rend inutile l'utilisation de floculant (y compris traitements multifonctions intégrant du floculant). Le PHMB ou l'oxygène actif sont à proscrire.

L'AQUALOON, présenté en première mondiale lors du dernier salon de Lyon, est distribué en exclusivité par **AELLO**. Les premières livraisons ont été effectuées en début d'année et les premiers retours des professionnels sont très positifs.

info@aello-piscine.fr / www.aello-piscine.fr





DALLES DE FRANCE
L'ART DE LA PIERRE

Vous rêvez d'une terrasse effet bois sans avoir à en supporter les difficultés d'entretien ? Découvrez la **LATTE CORCY**.

NOUVEAUTÉ



Avec son empreinte bois veiné, sans rainure, la **LATTE CORCY** saura apporter à vos terrasses une ambiance chaleureuse et naturelle en alliant l'esthétique du bois et le confort de la pierre reconstituée.

Ses dimensions généreuses 20x100cm répondront à toutes vos envies d'aménagement avec une facilité de pose et d'entretien.

Laissez libre cours à votre créativité avec la **LATTE CORCY** disponible en 5 finitions : Bois Naturel, Blanc Cassé, Jaune Sable, Beige Rosé et Gris Pêre.

Latte 20 x 100 cm
Épaisseur 3,5 cm

Faites-moi ! 



3283 rue de l'Industrie - 61390 SAINT ANDRÉ DE CORCY
Tél 03004 72 26 13 77 - www.dallesdefrance.com

MONDIAL PISCINE

Le nouveau couloir de nage conçu avec Laure Manaudou

Lors du dernier salon de la Piscine à Lyon, Mondial Piscine dévoilait aux professionnels son **couloir de nage Chron'Ô**, une piscine sport et bien-être conçue en étroite collaboration avec l'égérie de la marque et triple Médaille Olympique de Natation, Laure Manaudou.



Son point de vue de nageuse professionnelle a permis d'optimiser la conception des plans et l'utilisation des matériaux. L'ambassadrice de la marque a également largement testée le couloir de nage réalisant de nombreuses longueurs dans ses 12,5 m sur 3 ! Des dimensions jugées idéales pour nager confortablement à domicile et calculer facilement ses longueurs pour un entraînement. Le fond plat, d'1,50 m dans tout le bassin, est revêtu d'un liner imprimé de marques de virage, favorisant la régularité de la nage. Chron'Ô a été pensé pour le nageur régulier soucieux de préserver sa santé mais aussi son bien-être.

contact@mondialpiscine.fr
www.mondial-piscine.eu

MELSPRING Stabilisant

Dans les piscines non couvertes, le taux de chlore libre disponible dans l'eau baisse sous l'effet des rayonnements UV du soleil. L'hypochlorite de calcium étant un produit non stabilisé, MELSPRING recommande l'emploi du Melcit, acide cyanurique, comme stabilisant.

Melcit prévient la destruction du chlore par les rayons UV. Cette perte de chlore peut être considérable. Il est estimé que la perte de chlore compte pour au moins 90 % dans la consommation de chlore des piscines. Outre son effet stabilisant, l'emploi d'acide cyanurique dans l'eau de piscine permet de maintenir un taux de chlore et un pH plus uniforme, une augmentation moins rapide de la TDS, une meilleure désinfection et une réduction de la consommation de chlore.

Des essais ont révélé qu'un jour d'ensoleillement, les solutions de chlore ne contenant pas d'acide cyanurique perdent 90% du taux de chlore disponible en 2 à 3 heures, alors que la même eau de piscine avec 25 mg/l d'acide cyanurique perd moins de 30 % de chlore. En augmentant le taux d'acide cyanurique à 50 mg/l ou plus, on obtient une amélioration de la stabilité du chlore, ramenant la perte à seulement 22 à 23 % en 2 heures.

infopiscine@melspring.com
www.melspring.com/poolcare



BINDER
HydroStar
Die Turbinenschwimmanlage

Profitez plus
de votre
piscine ...

Nr.1
en
Europe
MADE IN
GERMANY

Nager comme dans la nature avec HydroStar de BINDER. Nos turbines brevetées et performantes de nage à contre-courant produisent un courant large et régulier. Vous pourrez ainsi nager indéfiniment, ou vous détendre et vous relaxer en étant porté par le courant. Egalement possible à l'intérieur de petites piscines. Pour toutes les attentes – pour toute la famille. Efficacité énergétique, sans entretien et sans bruit.

A DÉCOUVRIR DIRECTEMENT ICI :

hydrostar-binder.de/fr

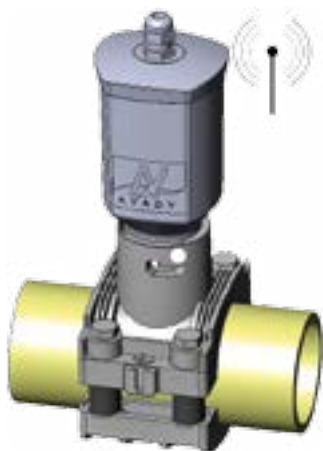


AVADY POOL

La mesure de chlore libre en piscine privée enfin affichée en mg/l !

AVADY POOL est un fabricant français de matériels pour le traitement de l'eau des piscines et des spas, bénéficiant de 25 années d'expérience en la matière. Sa dernière nouveauté **PROpilot pH TURBOXY®** a reçu à Lyon l'an dernier le Trophée de l'Innovation dans la catégorie « Maintenance – Traitement de l'eau ». **Cette sonde, au brevet européen, permet en effet une réelle avancée dans la mesure de chlore libre, aussi bien pour l'utilisateur final que pour l'installateur en piscine privée.**

Jusqu'à présent, les systèmes utilisés pour mesurer le taux de chlore dans les piscines résidentielles employaient la méthode de mesure économique avec une électrode redox. La valeur de mesure obtenue s'affichait en mV (potentiel redox en millivolts), alors que les moyens de contrôle manuels sont exprimés en mg/l. En l'absence de relation directe fiable entre le taux de chlore en mg/l et le résultat affiché en mV, les utilisateurs étaient souvent désorientés. La nouvelle sonde TURBOXY®, installée par insertion directe sur la canalisation de la filtration de la piscine (compatible DN50 ou DN63 et sans besoin d'une chambre d'analyse en by-pass)



est reliée au PROpilot, qui affiche le taux de chlore en clair en mg/l (ppm). L'utilisateur final peut ainsi comparer la mesure réalisée par la sonde avec les moyens manuels courants : bandelettes, kits de test et photomètres, où les mesures sont exprimées également en mg/l.

Cette sonde, multifonctions, permet aussi de connaître l'activité globale de l'eau de la piscine : pH, chlore, température, débit, niveaux de produits pH et chlore. Elle est compatible avec la présence de stabilisant dans l'eau jusqu'à 50 ppm.

PROpilot est connecté à internet sans aucune configuration requise lors de l'installation, grâce à sa radio longue portée intégrée. Les données sont transmises sur l'interface web, permettant d'anticiper les actions à mener pour le traitement de l'eau. La fonction « flow switch » intégrée supprime l'obligation de connecter l'appareil de mesure au coffret électrique de la piscine, qui est juste branché sur une prise électrique domestique. Pour la maintenance, la sonde s'extraît de son support sans outil, juste par un quart de tour, grâce à son système de blocage à baïonnette.

contact@avadypool.com / www.avadypool.com



PPS
produits polyester salvador
FRANCE

DES PROS AU SERVICE DES PROS

PPS-France propose aux professionnels de la piscine une gamme complète

- ✓ Panneaux de piscines,
- ✓ Coques en polyester,
- ✓ Escaliers sous-liner,
- ✓ Gel-coatés à brides,
- ✓ Locaux techniques,

Pour compléter cet assortiment, PPS lance en 2017 une gamme d'escaliers thermoformés en acrylique.

Pour tous renseignements
www.produit-polyester.com
claudine.maisonneuve@pps-piscines.fr
Tel : 05 63 66 43 10

PENTAIR

Nouveau surpresseur dernière génération

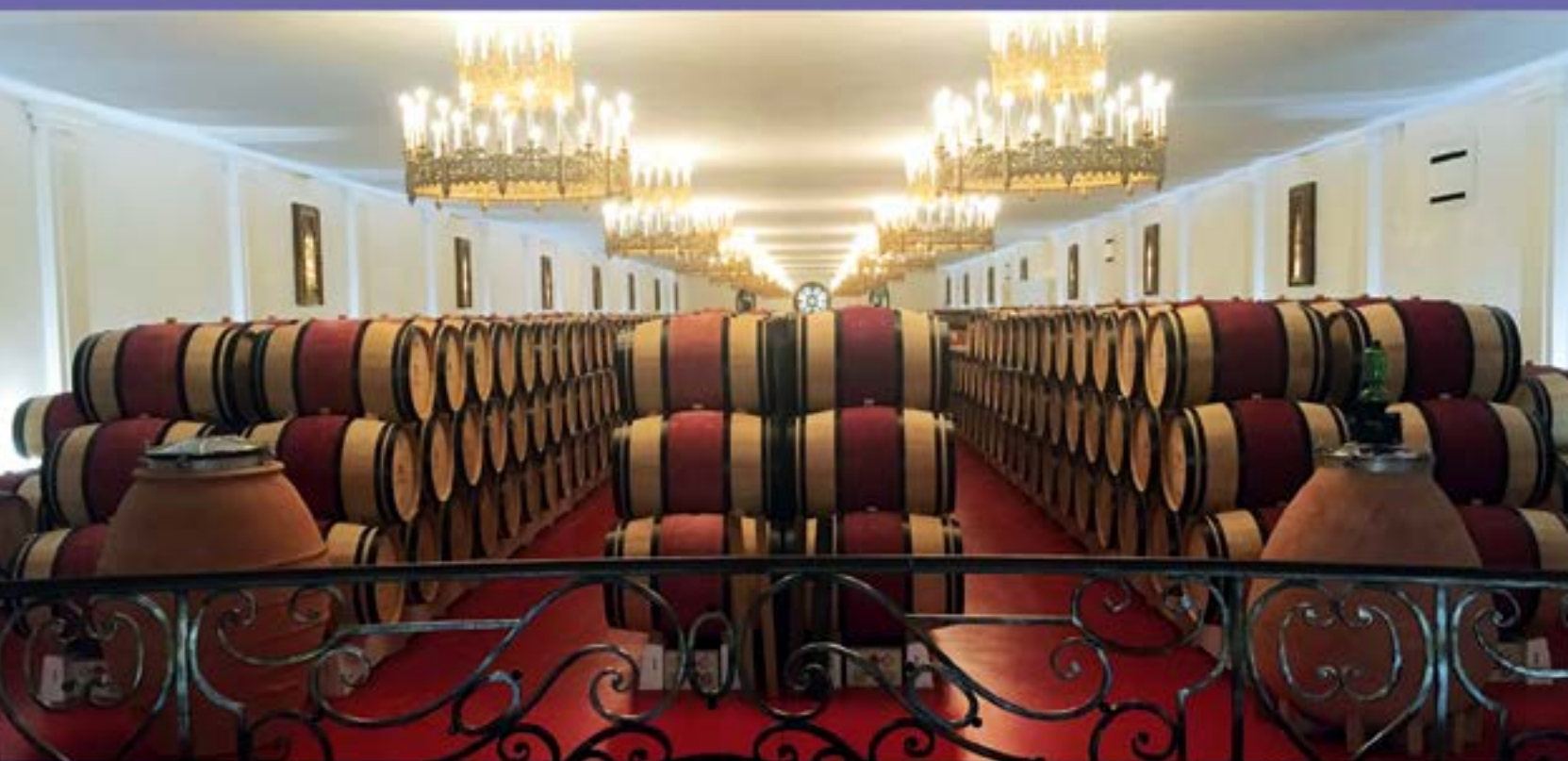
Pentair présente son nouveau surpresseur facilitant le nettoyage à pression des piscines, disponible en 2 puissances de 1 et 1,5 cv. **BlueFlo® intègre une nouvelle conception innovante de l'hydraulique, associée à la fonction Logic-Safe™.** Cette technologie protège le surpresseur contre le fonctionnement à sec, la surcharge du moteur et la surchauffe de température d'eau (sonde intégrée). Afin de procurer une pression maximale, le surpresseur possède un design multi-turbines, garantissant une pression 50 % plus élevée que la précédente génération en débit optimum, tout en étant plus silencieux. Le corps de pompe en PP est renforcé de fibre de verre, l'arbre moteur est en inox AISI316, résistant à la corrosion, et les turbines sans métaux. BlueFlo est aussi compatible avec l'eau salée (0,4 %). Ses roulements étanches surdimensionnés de type RSC3 lui procurent une haute résistance thermique. L'interrupteur MARCHÉ/ARRÊT est intégré et le câble secteur fourni, pour une installation facile et sûre de l'appareil. Une version sans la fonctionnalité de protection électronique intégrée Logic-Safe est aussi proposée, sous le nom BlueFlo Lite.



marketing.poolmea@pentair.com
www.pentairpool europe.com

TRAVAILLER ENSEMBLE, ON A TOUS À Y GAGNER.

Les 9 & 10 février 2017, les grands gagnants du Challenge Azenco 2016 se sont retrouvés autour d'un week-end œnologique à Bordeaux.



Vous aussi, devenez partenaire Azenco et gagnez jusqu'à **4000€HT** de commission par abri vendu.

Participez également au **Challenge 2017** pour gagner des week-ends surprise et des voyages !

Pour en savoir plus, contactez Leslie Recarte
au 07 86 63 68 02

azenco.fr



AZenco
groupe

POOLSAN

Traitement piscine et spa

100 % sans chlore

Les produits de traitement d'eau de piscine et spa Poolsan, sont distribués en Europe continentale et dans les pays francophones par la société ICP, basée à Paris, spécialiste de l'élaboration de produits liés à la chimie fine et opérant dans le domaine de la chimie de l'eau depuis 15 ans. La production est réalisée en France, par la société REFINAL Industries, Groupe DERICHEBOURG, basée à Falaise (14).

Les produits de désinfection Poolsan, 100 % sans chlore, sont de plus en plus présents sur le marché de la désinfection des eaux de piscines et de spas, distribués dans plus de 1 000 points de vente en France.

Leur succès tient à plusieurs raisons.

Le procédé repose sur l'activité désinfectante, algicide et rémanente des ions de cuivre. Présenté sous forme liquide prête à l'emploi, il est aussi floculant et s'avère particulièrement efficace pour traiter l'eau des spas. Ce traitement ne génère pas de chloramines, permet une amélioration substantielle de la qualité de l'eau et de l'air, offrant une solution de désinfection bio responsable à l'utilisateur. Ce dernier peut même utiliser l'eau

de baignade traitée avec ce produit pour arroser son jardin.

L'entreprise propose des packagings adaptés aux besoins des consommateurs et des distributeurs, notamment un kit complet « Spécial spas ». **Ce nouveau kit** contient 250 ml de désinfectant Poolsan, 400 gr de Régénérateur et 10 tests de contrôle O₂ / pH / Cu / et Alc. Spécialement conçu pour l'entretien très contraignant de l'eau des spas, le kit convient pour un traitement d'une durée de 2 mois.

contact@poolsan.fr / www.poolsan.fr



SCP

Nouvelle membrane Proflex 3D vernie et antidérapante

SCP présente en exclusivité le **nouveau revêtement d'étanchéité 150/100° Stoneflex 3D de PROFLEX, disponible en coloris sable et gris.**

Recouverte d'un vernis enrichi, la protégeant encore mieux contre l'abrasion et les taches, cette membrane apporte l'illusion parfaite d'un revêtement en pierre dans la piscine, sans l'aspect luisant et lisse des matières plastiques habituelles. Avec son toucher très soyeux, Stoneflex reste toutefois antidérapant.

Le nouveau coloris Bazelet imite à la perfection les pierres de lave, tandis que le modèle Jasper reproduit l'apparence de la pierre de Bourgogne.

Ce modèle de revêtement 150/100° bénéficie des atouts de la gamme Proflex, à savoir la stabilité aux UV et le maintien de la couleur dans le temps, une

grande résistance à la soudure à air chaud pour son installation, une formulation nouvelle génération du PVC liquide, un contrôle strict de la qualité de fabrication.

Ces membranes répondent d'ailleurs aux normes les plus exigeantes en matière de qualités internationales : ISO 14001 (environnement), ISO 9001 (qualité), OHSAS (sécurité & hygiène) et ISO 50001 (gestion de l'énergie). La garantie s'étend sur 10 ans, dégressive, et couvre jusqu'aux frais de remplacement (main d'œuvre, eau, produits, sous conditions).

info.fr@scppool.com / www.scpeurope.fr



CCEI

Pour une analyse de l'eau maîtrisée !

La mise en œuvre d'un système de traitement de l'eau automatique demande de nombreuses manipulations fastidieuses : perçage de la canalisation, mise en place d'un collier de prise en charge, étanchéité, etc. Pour faciliter le travail de l'installateur, **CCEI a créé une chambre de mesure et d'injection compacte permettant de rassembler en un seul point sur la canalisation les accessoires essentiels pour le traitement de l'eau.**

Cette chambre de mesure permet d'installer deux sondes, deux injecteurs ainsi qu'un détecteur de débit et un PoolTerre préinstallé sur la canalisation.

Le Zelia Pod, basé sur la cellule d'électrolyse Zelia, a une longueur de 185 mm. Il est possible de réserver un espace dans votre installation en pré-équipant les canalisations d'une cellule Zelia vide.

Pour garantir une mesure fiable, les sondes analysent l'eau de la piscine dans une chambre de mesure interne au Zelia Pod. Ainsi le flux d'injection n'est pas en contact avec l'eau servant à la mesure. Le Pool Terre préinstallé a également un rôle, puisqu'il protège la mesure des courants électriques perturbateurs. Quant au détecteur de débit, il permet de gérer le fonctionnement d'un appareil de dosage ou d'un électrolyseur de sel.

Grâce à ses nombreuses possibilités, Zelia Pod est compatible avec tous les appareils de dosage, de régulation mais aussi les électrolyseurs de sel. Pour profiter pleinement de ses capacités, vous pouvez l'installer avec un système comprenant un électrolyseur de sel, un régulateur de pH et un analyseur de RedOx.



Intérieur



Vue du dessus

contact@ccei.fr / www.ccei.fr

PROCOPI

« Ma belle piscine où je veux, quand je veux ! »

Avec son design pur et élégant, l'aspect naturel d'un bois massif de qualité, **Piscine URBAINE de PROCOPI** (fabricant français) conjugue plusieurs atouts pour les petits espaces et les budgets maîtrisés. De forme carrée ou rectangulaire, cette piscine aux dimensions inférieures à 10 m², s'installe partout, sans besoin de permis de construire.

Equippée comme un bassin haut de gamme, cette piscine en pin du Nord massif traité autoclave classe 4, est proposée avec 4 niveaux d'équipements. Selon la version choisie, les équipements de série comprennent une couverture automatique (NF P 90-308) immergée pour une sécurité optimale, un projecteur à LED, une gestion automatique de la filtration (groupe de filtration à sable et pompe auto-amorçante), un coffre bois intégrant les équipements électriques de la couverture et la filtration, un skimmer et une buse de refoulement aux coloris du liner et de la couverture, une pompe à chaleur Proswell.

À noter que sa couverture automatique intégrée s'ouvre et se ferme en quelques secondes d'un simple tour de clé, dissimulant la couverture sous la margelle du plan d'eau en position ouverte.

Piscine URBAINE peut être installée hors-sol, semi-enterrée ou enterrée (dans ces deux derniers cas le coffre est obligatoire). Elle est dotée d'une margelle en double pin d'une épaisseur de 28 mm jouant un rôle esthétique et pratique.

Pour s'adonner à la nage contre résistance, PROCOPI fournit une ceinture de nage statique, munie d'un sandow click avec un piton à sceller sur la plage, pour l'entraînement ou le plaisir !

marketing@procopi.com / www.procopi.com





VEGAMETAL™
abris de piscines



VEGAMETAL, spécialiste des abris de piscine XXL destinés aux professionnels recevant du public, vous propose des produits ROBUSTES, PRATIQUES et ÉLÉGANTS.

Maîtrise des process, respect des réglementations européennes (NF P90309, NV 65), expérience, mise en oeuvre de qualité (ISO 9001), savoir faire. Notre fabrication **SUR MESURE** s'ajuste exactement à vos besoins.







ABRIS VEGAMETAL France SAS - 11,13 ave Barthélemy Thimonnier - 69300 CALUIRE ET CUIRE - 790 832 489 RCS Lyon
T. +33 (0)6 72 32 68 19 - vegametal.france@vegametal.com - www.vegametal.com  [abrisdepiscines.vegametal](https://www.facebook.com/abrisdepiscines.vegametal)

ASAMGO

OFI se connecte aux professionnels de la piscine

Prix de l'Innovation à Lyon en 2016 dans la catégorie « Accessoires », **OFI (Objet Flottant Intelligent)** est un objet connecté qui flotte dans la piscine, analysant en permanence la qualité de l'eau, et envoyant une combinaison d'informations sur le smartphone du propriétaire du bassin. À l'aide de 3 sondes (pH, Redox et conductivité/température), les données concernant niveau de chlore/brome, sel, alcalinité et dureté de l'eau sont calculées et transmises par le réseau Bluetooth ou Sigfox, simplifiant la tâche de l'entretien de



l'eau de la piscine au quotidien. En cas d'absence de smartphone à disposition, un système de LED indique la situation : affichage vert, l'eau est équilibrée, en rouge, une intervention immédiate est requise.

Ce dispositif simple à utiliser est aussi idéal pour le professionnel en charge de la maintenance pour gérer son parc de piscines à distance et optimiser ses

déplacements !

Deux versions sont disponibles : **OFI Zen**, compatible avec les bassins équipés d'une couverture flottante ou d'un volet

automatique, et **OFI Light**, intégrant un éclairage avec jeux de lumières. Les deux modèles disposent d'une batterie d'une autonomie de deux ans, se rechargeant par une cellule photovoltaïque, avec indication par notification en cas de batterie faible.

OFI est désormais en prévente sur le site internet de la marque. Une application dédiée à OFI est également proposée pour l'achat des produits de traitements destinés à rééquilibrer l'eau de la piscine.

Pour les commandes de gros volumes, la société étudie avec les professionnels un devis personnalisé. De plus, elle propose aux professionnels de la maintenance en piscine d'être référencés dans sa base de données, afin d'orienter le propriétaire OFI vers lui.

ofi@asamgo.com / www.oficoncept.com

MAGNOR EUROPE

Une gamme complète pour l'entretien quotidien des piscines et des spas

Depuis 1972, la société australienne **Magnor®** fabrique des outils et accessoires de haute qualité pour l'entretien des piscines et des spas. Désormais, ce matériel est disponible en France, rapidement livré par Magnor Europe Ltd, à partir de son stock situé à Manchester en Angleterre.

Destinés à l'entretien quotidien, la gamme bien conçue d'outils Magnor® offre un grand choix de brosses, épuisettes, têtes de balai solides, et autres matériels.

Les têtes de balais sont bien équilibrées et lestées afin de se déplacer aisément sur le fond du bassin pendant l'aspiration. La plupart sont équipées de roues ajustables pour faire face aux différentes conditions d'opération. Quant aux perches télescopiques, elles sont de qualité industrielle, d'une épaisseur de structure élevée, pour assurer leur rigidité lorsqu'elles sont traînées dans l'eau. En outre, ces outils sont compatibles avec la plupart des perches d'autres marques disponibles sur le marché.

Cette gamme est complétée par des pièces de rechange et des consommables d'origine.



Trois différents kits pratiques de test de qualité de l'eau sont également disponibles, ainsi que d'autres matériels utiles comme, par exemple, des thermomètres et doseurs flottants.

Le catalogue complet de cette gamme de matériels est disponible en ligne sur le site web du fabricant.

Magnor Europe recherche actuellement des distributeurs et revendeurs dans toutes les régions de France. Elle ne commercialise ses produits directement qu'aux professionnels de la piscine, aux détaillants et grossistes, ainsi qu'aux sociétés de gestion et d'entretien de piscines publiques et collectives.

info@magnor.fr / www.magnor.fr

aello
Votre sérénité, notre expérience

Innovations & Exclusivités
Des produits sélectionnés uniquement pour les professionnels de la piscine

AQUALOON®

Pompe e.swim®

BLUE FURY® LITE

Filtre EOS®

60, rue de Luzals - 38070 Saint-Quentin-Fallavier
info@aello-piscine.fr - Tél. 04 74 82 35 60 - Fax : 04 74 95 53 52

Aujourd'hui vos clients sont de plus en plus exigeants sur la qualité de leur local technique : ils veulent un système de filtration efficace, des équipements silencieux et du matériel qui saura évoluer pour s'adapter à leurs besoins.

APF, distributeur des plus grandes marques de matériels d'équipement pour la piscine, prend soin de sélectionner des produits de dernière génération répondant à ces critères.

En orientant votre choix en matière d'équipements vers les nouvelles technologies de pompes à vitesse variable et de pompes à chaleur de type inverter, vous faites bénéficier à vos clients non seulement du silence mais aussi de réelles économies.

LES POMPES À VITESSE VARIABLE, Le choix incontestable

Silencieuses : en adaptant la vitesse de rotation du moteur, elles permettent de filtrer plus longtemps mais plus doucement en apportant un confort acoustique incomparable. On entend plus la pompe tourner !

Résistantes : grâce à leur basse vitesse, les pièces d'usures sont moins sollicitées, ce qui octroie une durée de vie supérieure à la pompe.

Économiques en électricité : ces pompes ne consomment que ce dont elles ont strictement besoin pour fonctionner, pouvant engendrer une baisse de consommation de 50% par rapport à une pompe standard, tout en optimisant la qualité de filtration.

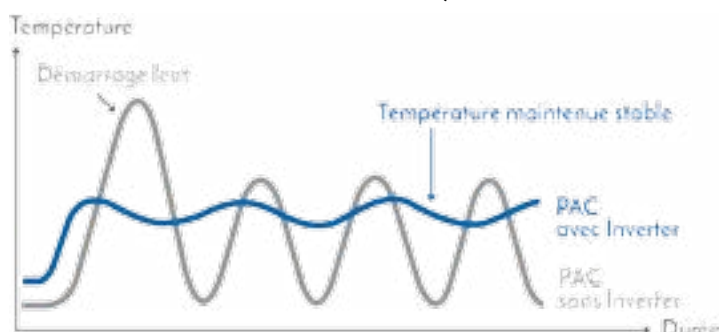
Économiques en eau : l'eau est filtrée plus longtemps et plus souvent, les temps de lavage du filtre s'en voient donc réduits.



La pompe **MJB VSD**, nouveauté APF, propose un débit variable de 4 à 24m³/h en fonction du besoin du bassin. Ergonomique, elle comprend un pavé de commande et un affichage numérique LED pour faciliter la programmation et le contrôle.



LES POMPES À CHALEUR INVERTER, La solution incontournable



Performantes : la technologie Inverter commande et adapte sa vitesse selon les conditions de température ambiante et la puissance nécessaire pour maintenir l'eau de la piscine à bonne température.

Silencieuses : leur sollicitation « à la demande » leur procure un niveau sonore extrêmement bas.

Résistantes : les équipements étant moins sollicités, la fiabilité et durabilité de ces pompes en sont renforcées.

Économiques : la technologie Inverter améliore le COP et permet une économie d'énergie d'environ 30% par rapport à une pompe à chaleur traditionnelle.



La pompe à chaleur **Sunproline Inverter**, nouveauté 2017 chez APF, offre une température minimale de fonctionnement de -10°C et permet de chauffer des bassins jusqu'à 120 m².

Ces produits trouvent donc logiquement leur place pour toute construction de bassin ou remplacement de matériel existant. Leur fiabilité et leur rentabilité en font des produits phares indispensables pour vos chantiers.

APF, en constante innovation, est toujours soucieux du confort et du plaisir que recherchent vos clients. Nous vous proposons une large de gamme d'équipements performants pour la piscine qui saura satisfaire vos besoins et exigences quelles que soient vos réalisations.

“ APF, à vos côtés pour vos plus beaux projets ”

APF
04 75 32 41 00
marketing@apf-france.com
www.apf-france.com

APF
UN PARTENAIRE DES PISCINISTES





- Bandelette réactive
- Précision et fiabilité
- Mesure les paramètres les plus importants pour les piscines et spas
- Flacon à ongle breveté
- Étiquetage personnalisé available





Tel. +44 (0)1 926 498 203
sales@lamotte-europe.com
www.lamotte-europe.com

POOL UP CONCEPT

l'abri de chantier pour construire des piscines toute l'année !

POOL UP CONCEPT, société basée à Montpellier (34) présente un produit original, à un coût très raisonnable pour le professionnel : l'abri de chantier POOL UP.

Réalisé en matériau très souple, résistant à toutes les conditions climatiques, hiver comme été, facilement manipulable, il se met en place très rapidement (15 mn à 2 personnes), et peut subir les multiples montages et démontages sans s'abîmer. Il assure en outre une isolation thermique exceptionnelle, ainsi que phonique et visuelle tout en offrant une luminosité idéale.

Si le sur-mesure est possible, le POOL UP est principalement disponible en 2 modèles qui, à eux deux, recouvrent 90 % du marché des piscines.

Chacun offre des dimensions et des options différentes et est adaptable en longueur grâce à un

système de sangles. Le ML 69 peut s'étendre de 6 à 9 m, le ML 912 de 9 à 12 m. Une extension est aussi envisageable par l'ajout d'une bâche de 3 m.

Le Pool Up n'est pas simplement un outil lié aux intempéries, mais un véritable outil de production, à utiliser toute l'année, qui apporte d'innombrables avantages dans la manière de travailler des professionnels.

contact@poolup-concept.com / www.poolup-concept.com



NEXTPOOL

Technologie, confort et esthétisme réunis dans ce volet

Le volet automatique de sécurité IMMEO, avec moteur axial, allie confort, innovation technologique et esthétisme. Fabriqué en France, il bénéficie du label d'excellence Hydra Système* et s'adapte aussi bien aux bassins neufs qu'en rénovation.

Son boîtier de commande intelligent, unique en son genre, permet une gestion globale du volet avec contrôle du niveau d'eau évitant toute dégradation de l'équipement, gestion des fins de courses, suivi de l'état du moteur... Il fonctionne par liaison hertzienne relié au coffret de puissance, donc sans câble et alimenté par panneau solaire intégré !

Un système d'asservissement automatique de l'électrolyseur à la position du volet est intégré à IMMEO, de même que le système de contrôle de déverrouillage SCD. Ce dernier détecte automatiquement les tensions anormales de l'acouverture et stoppe le moteur pour protéger l'équipement.

Ce volet immergé se décline en divers coloris de lames PVC (blanc, sable, bleu, gris et solaire), ou en polycarbonate (bleu translucide ou bicouche), à accorder avec un caillebotis en bois, en PVC ou aluminium (blanc, sable, bleu, gris clair ou gris galet), afin d'être totalement harmonisé à son environnement. **Le volet peut s'appliquer à des dimensions à partir de 2 x 2 m, jusqu'à 6 x 12 m et sur étude pour des mesures supérieures.**

La motorisation du volet est garantie 7 ans, pièces, main d'œuvre et déplacement, et la structure, 15 ans contre la corrosion.



* Le Label Hydra Système rassemble une sélection de produits, conçus et fabriqués par le groupe Nextpool et répondant aux exigences les plus poussées des consommateurs.

contact@nextpool.com / www.nextpool.com

DALLES DE FRANCE

La pierre reconstituée pour vos aménagements extérieurs

Dalles de France est spécialisé dans la fabrication de dalles extérieures et margelles de piscines depuis plus de 30 ans. Expert de la pierre reconstituée, le fabricant propose une large gamme de haute qualité en dalles et margelles, d'aspects et de coloris variés, pour réaliser tous de bassin et terrasses.

Fabriqués à partir d'agréats d'origine française, ses produits conjuguent esthétique et durabilité, afin de répondre à tous les projets d'aménagement extérieur. Après malaxage, le mélange est coulé dans des moules donnant différents aspects de surface. Les produits sont démoulés 24 heures après coulage, puis palettisés et placés en bâtiment de maturation, où ils resteront une dizaine de jours pour finalement être transférés en stock avant enlèvement. Cette étape de conditionnement est capitale, afin que les dalles et margelles ne subissent aucun dommage, c'est pourquoi elle est réalisée avec une attention toute particulière.

De la dalle **MEMPHIS** à la margelle **SAHARA**, en passant par les lignes **ARDOISE**, **COTTAGE**, **CARTHAGE**, **LOUISIANE** et **TRIANON**, ou bien encore la nouvelle **LATTE CORCY**, vous trouverez forcément le modèle qui s'harmonise parfaitement avec vos agencements.

Des modèles à découvrir au siège de l'entreprise, à Saint André de Corcy (01) et sur le site web Dalles de France.

contact@dallesdefrance.com / www.dallesdefrance.com / <http://tiny.cc/dalles-de-france>



SAFIRA

Pour une baignade sans nuisibles !

Afin que la baignade en piscine ne soit pas gâchée par la nuisance des insectes, des remparts existent contre ce genre de désagréments. L'entreprise SAFIRA s'est donné pour objectif de combattre les ennemis de la piscine, et notamment les mouches, moustiques, guêpes et autres insectes, attirés par l'eau du bassin en été. **Les répulsifs Safira sont composés d'un principe actif dont la formulation comporte un mélange d'huiles essentielles soigneusement dosées.** Les molécules contenues dans ces répulsifs agissent en perturbant les récepteurs olfactifs des insectes : l'odeur dégagée (aux senteurs florales) leur déplaît fortement, les éloignant de la zone de baignade.



Compatibles avec tout type de traitements de l'eau du bassin, ces répulsifs sont proposés sous plusieurs formes, simples à utiliser, très efficaces, ils se dissolvent totalement sans résidu dans l'eau et ne représentent aucun risque pour les systèmes de filtration et les liners.

En pastilles, avec ou sans diffuseur, Anti-Insect® se place directement dans la piscine, se dissout en quelques heures et éloigne les insectes pour environ 1 semaine.

Ephaïstos®, sous forme liquide, se verse au niveau des buses de refoulement, lorsque la filtration est en marche et masque en plus l'odeur du chlore de la piscine. Il assure environ 3 semaines de tranquillité.

Pour le jardin, la terrasse ou les margelles, un pulvérisateur dédié à l'éloignement des guêpes, Stop Guêpes®, complète cette gamme de produits 100 % Made in France.

safira@safira.fr / www.safira.fr

SAFIRA COMBAT LES ENNEMIS DE VOTRE PISCINE

Imaginez votre piscine sans insectes...

Les pastilles répulsives Anti Insect®, en libérant leur principe actif à base d'huiles essentielles, **éloignent les insectes pour une semaine**. Leur utilisation est particulièrement **simple**, leur **efficacité** immédiate, pour un **confort** de baignade incomparable. Vous pouvez ainsi profiter pleinement de votre piscine !

ANTI-INSECT

Répulsif insectes - Répulsif de insectes - Insect repellent

SPECIAL PISCINE
SPECIAL PISCINE
SPECIAL POOL FORMULATION

x6

MADE IN FRANCE

**SIMPLICITÉ
EFFICACITÉ
CONFORT**

Safira

WWW.SAFIRA.FR

LE FITNESS BOOSTE LE SPA DE NAGE !

Après le spa de nage sportif, puis ludique, voici le spa de nage « fitness ». Qu'a t-il de neuf ? Rien à vrai dire, puisque tout existait déjà. Cependant l'approche commerciale est différente et le concept se veut désormais complet. Donc à exploiter, absolument.

Virginie BETTATI

Avec l'aide de quelques équipements, le spa de nage est devenu une salle de sport à part entière. Il correspond parfaitement aux tendances actuelles de remise en forme, tout en douceur. Un concept qui a déjà fait ses preuves aux Etats-Unis et au Canada, principaux pays producteurs, et qui prend désormais ses marques chez nous.



Ce spa E500 d'Endless Pools a la particularité d'intégrer dès sa conception un tapis de course hydraulique, sans inclinaison, qui offre différentes options de vitesse de 0,2 km/h à 9 km/h.

QUELS AVANTAGES POUR LES UTILISATEURS ?

L'aquafitness est une façon de faire du sport très facilement, sans aucun risque et de façon ludique. Il convient donc à tous, sans limite d'âge (il suffit d'adapter les efforts à fournir) et c'est essentiellement ce qui fait son succès.

En effet, l'eau élimine l'effet de gravité. La pratique du sport dans l'eau se fait donc en quasi-apesanteur. Les mouvements semblent plus faciles, l'amplitude du geste est plus importante. Les articulations et les tendons sont préservés car l'eau amortit les chocs. Cependant, l'eau exerçant une pression 800 fois supérieure à celle de l'air, les muscles travaillent davantage... mais sans courbature.

Résultats : les effets sont visibles plus rapidement qu'avec une gymnastique traditionnelle. Ce sont jusqu'à 600 calories qui sont perdues en pratiquant une demi-heure d'aquafitness alors qu'il faudrait pratiquer 1 heure et demie de gymnastique en salle pour parvenir à un résultat similaire.

Dernier atout : inutile de savoir nager pour pratiquer l'aquagym !

(source Irrijardin).



Chez Aquilus, tous les modèles peuvent être équipés d'accessoires de musculation : cordes élastiques, rames, ceinture, Hexa Bike, Hexa Jump, Hexa Run...

QUELS AVANTAGES POUR LES PROFESSIONNELLS ?

Le spa de nage peut déjà être une alternative intéressante à la piscine : dimensions plus restreintes que celles d'une piscine en cas de manque de place chez votre client, permis de construire évité, entretien plus limité... En ajoutant la fonction fitness à celle de bien-être (la majorité des spas de nage intègre en effet la plupart du temps des buses de massage destinées à la seule détente), vous êtes capables de proposer un équipement « tout-en-un », rapidement installé et déjà finalisé. Il permet de mieux vendre cet équipement en le sortant de sa connotation exclusivement sportive. Le spa de nage devient alors un moyen de remise en forme plus généraliste et « familial », sans rien perdre de ses qualités pour des nageurs chevronnés. En résumé le fitness est un « plus » et n'enlève rien au spa de nage sportif.

"Le Fitness représente une excellente aide à la vente : Mieux vaut offrir un rameur ou un tapis de marche plutôt que de pratiquer des rabais. L'image de marque est meilleure, la marge est préservée et le client final est satisfait."



L'Hobart Bi-zone III de Volition, comme tous les spas de ce fabricant, peut être équipé d'une PAC afin d'assurer le chauffage de l'eau d'une façon plus économique qu'avec le réchauffeur électrique généralement intégré. À noter La terrasse mobile...



Les fabrications Endless Pools souhaitent offrir le meilleur compromis entre style et fonctionnalité. On remarque ici la finition de l'habillage extérieur.

ZOOM SUR LES ÉQUIPEMENTS

Quels sont les accessoires fitness ?

● **Le vélo ou aqua bike** est le plus connu. Cet équipement assure un cyclisme facile, sans effort avec les bénéfices d'une activité sportive. Il est préférable d'adopter un fond anti dérapant pour poser l'équipement, à la fois pour assurer sa stabilité (même si la structure du vélo est de toute façon spécialement étudiée pour cet usage) et pour protéger la coque du spa. Le vélo est conçu pour résister aux eaux traitées (inox de qualité marine). Il faut aussi qu'il soit léger pour l'extraire et le disposer facilement.

À noter qu'il existe aussi des vélos avec pédalage elliptique, à pratiquer debout, sans selle.



7 couleurs pour l'Hexa Bike Premium d'Hexagone qui s'adapte aux profondeurs comprises entre 120 et 170 cm. Fabriqué en polypropylène avec des pièces en mouvement en inox, il se déplace facilement grâce à ses 2 roulettes frontales. Disponible également en version tout inox et sans frein.

Fabriqués en aluminium de qualité marine et déclinés en 9 coloris, les vélos AquaNess présentent une constitution robuste, tout en étant suffisamment légers (grâce à l'utilisation de l'aluminium) pour assurer une installation et une sortie aisées en bassin. Ils sont munis de 2 principes de résistance et de nombreuses options pour les guidons, les selles et les ventouses. La dernière version V4 offre des réglages multiples pour un pédalage en position ergonomique idéal. À savoir : cette marque propose aussi un modèle spécialement conçu pour les personnes en surpoids.



L'Inobike 7 chez Poolstar est un vrai vélo de compétition pour les pros. Pourquoi ? Parce qu'il offre une résistance variable hydraulique avec levier de vitesse permettant de sélectionner 3 niveaux de résistance. On remarque également : ses pédales anatomiques thermo-moulées Aquaspeed 2 avec sangle, son guidon sport à 3 positions et un astucieux système de repérage permettant de changer la position de la selle et du guidon sans déranger le cycliste. Il peut s'adapter en quelques secondes à toutes les morphologies, dès 1 m 30, mais aussi à tous les bassins, qu'ils soient plats ou en pente douce, pour des hauteurs d'eau jusqu'à 1 m 60.



Voici certainement l'équipement fitness le plus ludique : le trampoline. On remarque ses ventouses de fixation et son design très attractif. Aquilus



Le trampoline Wx-Tramp Premium chez Poolstar est proposé en version ronde, hexagonale et rectangulaire. Chaque modèle est équipé d'une barre de maintien, de ventouses de fixation et d'élastiques indépendants afin d'offrir une grande souplesse dans le rebond, une progressivité dans le mouvement et une sécurité maximale en cas de rupture.

● **Le trampoline** est assez récent. Amusant, tonique et sans risque, il est idéal pour éliminer les graisses, tonifier les muscles et améliorer l'équilibre. Il convient à tous et sa légèreté lui permet d'être très facilement mis en place.



Le tapis de marche aquatique AquaNess T1 est disponible en 9 coloris. Il est équipé d'une bande de marche agrippante, d'un système de réglage rapide pour la hauteur de la main courante et de barres latérales amovibles.

● **Le tapis de marche** permet de pratiquer la marche ou la course à pied dans l'eau. Avec lui, on pratique l'aquatrekking ou l'aquarunning pour travailler les muscles des jambes en profondeur. Le tapis roulant est incliné et une barre d'appui permet de se maintenir avec les bras. Sans moteur, le tapis s'active en marchant et chacun peut aller à son rythme, sachant que certains modèles sont réglables en jouant sur la résistance. Et la marche arrière est possible !

LE FITNESS BOOSTE LE SPA DE NAGE !

● **Le rameur** est un équipement ultra simple. Pour l'installer, il suffit de le fixer aux crochets sur le côté du spa. Il comprend en général des élastiques, des barres inox et des rotules.



Kit rameur de Master Spas.



Le kit rameur d'Endless Pools. Les barres inox sont fixées à des crochets intégrés à la cuve alors que les élastiques sont passés autour des barres de maintien.

● **La perche** avec harnais permet de nager avec le contre courant. C'est une solution simple, rapide à installer et d'un coût très modique.



Introduire la perche de nage dans l'œilleton aménagé à cet effet suffit à sa mise en place. Endless

● **Les élastiques** sont destinés à toutes sortes d'exercices. Ils se fixent à la coque du spa et peuvent se combiner dans des positions différentes pour varier les mouvements des bras ou des jambes.

Attention, certains équipements comme la perche, le rameur ou les élastiques nécessitent des ancrages sur le pourtour de la coque acrylique. Certains spas prévoient dès l'origine ces ancrages, alors que d'autres nécessiteront un percement et la mise en place d'une rosace inox de finition.

À savoir : en plus de ces équipements, il existe un ensemble de petits accessoires (gants palmés, haltères...) pouvant être utilisés avec ou sans la poussée de la nage à contre-courant.

BI ZONE OU MONO ZONE ?

Tout est affaire de température.

Le spa de nage avec deux zones séparées offre 2 températures différentes pour des activités différentes. Le côté spa « traditionnel », pour la détente avec des buses de massage et une eau chauffée entre 35 et 37°C en général. Et le côté, espace de nage et d'activités sportives, avec une température adaptée au sport, donc plus faible (32 °C en général ou moins).

Le spa de nage mono-zone offre à l'évidence une seule et même température, ce qui peut poser problème pour des utilisations détente et sportive simultanées ou rapprochées.

Tout dépend donc des utilisations attendues par vos clients !



Spa de nage xStream de Vita Spa chez Nordique France : une remise en forme « polyvalente » puisqu'il peut être équipé d'un kit aquagym. Il suffit alors de fixer les éléments du kit aux anneaux de la cuve pour découvrir un programme complet de tonification.

H2EAUX renforce sa gamme de 6 spas de nage avec le Swim Step. Ce spa est idéal pour la détente et le jeu, sans oublier l'approche massage. Son escalier Roman est inversé pour plus de confort et il comporte des jets d'air dans la première marche pour un effet Balnéo. Une nage à contre-courant relié à une pompe 3 CV utilisée généralement en piscine, permet l'aquagym ou crée l'ambiance pour les plus jeunes.

Dimensions : 4,90 m x 2,30 m pour une hauteur de 1,45 m !

A noter également : son système d'aromathérapie, son éclairage Led multicolore, son jet d'exercices, son jet de massage nautilus Leds...



POUR QUELLE DESTINATION ?

A près de 100 %, les fabricants et importateurs nous ont indiqué une destination exclusive vers les particuliers. Salles de sport, spas urbains, hôtels, chambres d'hôtes et autres collectivités ne représenteraient donc pas un marché pour le spa de nage fitness, quels que soient les équipements apportés. Un investissement sans doute trop important et un « encombrement » relativement imposant (avec 4 m minimum de longueur) pour l'usage d'une ou deux personnes seulement semblent en effet interdire un rendement intéressant.



Le nouveau modèle Party Spa de Garden Leisure chez SCP est équipé de 29 jets, de 2 jets lumineux, de 11 places assises, du Bluetooth et d'un ensemble d'accessoires d'aquafitness.



Depuis 2015 Frédéric Bousquet, médaillé Olympique et ambassadeur d'Irrijardin, apporte son expérience de grand sportif, en particulier la manière d'utiliser le spa de nage et le spa fitness de façon performante. Cette collaboration s'accompagne de démonstrations lors des réunions nationales et de coaching en direct.



haltères de Master Spas : réglables, elles permettent de sélectionner 4 niveaux de résistance.



Avec sa turbine immergée de 3,3 kW, l'Athena de Thermals Spa propose 9 vitesses de réglage du flux d'eau. Il est à la fois idéal pour une natation intensive et pour pratiquer un fitness au sein d'un mouvement d'eau totalement silencieux.



Application du tapis antidérapant SoffTread de Master Spas : il facilite le maintien du corps et des équipements lors des exercices, tout en protégeant la coque.

H2EAUX
SPA - SAUNA - HAMMAM

DEVENEZ DISTRIBUTEURS
SPAS SAUNAS ACCESSOIRES AROMATHERAPIES

CONTACTEZ-NOUS !

✉ info@h2eaux.fr ☎ 03 86 83 38 60
www.h2eaux.fr

AQUILUS

une approche « fitness » généralisée

« La marque s'est fait une véritable spécialité du fitness, qu'il incorpore à dose variable, selon la cible visée : ses piscines ou ses spas.

Pour exemple, l'Hexa Bike, son vélo aquatique, trouvera sa place aussi bien dans l'eau d'un bassin, d'un spa de nage, qu'hors de l'eau grâce à ses 2 roulettes et son poids léger (16 kg).

Même chose pour l'Hexa Run, tapis de nage à adapter, pourvu que la profondeur d'eau soit compatible avec son utilisation, tout en restant facile à manipuler et à ranger grâce à ses 4 roulettes et sa fonction pliable.

Quant à l'Hexa Jump, il permet de bondir un peu partout ! Avec ce trampoline aquatique, il est possible de pratiquer « l'aqua jumping ».

Léger, il est facile à installer et à transporter.

Ses 9 ventouses assurent une parfaite fixation au sol.

Enfin, typique du spa de nage, les accessoires de musculation (rames, cordes élastiques, ceintures chevilles...) permettent de varier les exercices et muscler différentes parties du corps.



Vélo et spa : une parfaite compatibilité. A l'évidence, l'équipement est plus facile à manœuvrer pour les utilisateurs lorsque le spa est, comme ici, encastré. Aquilus

THERMALS SPA

le silence est d'or...

« Grâce à son moteur immergé à propulsion, les derniers spas de nage Thermal (Athena en version 1 zone et Apollo en version 2 zones) offrent un silence de fonctionnement inégalable. Une large lame d'eau crée un courant uniforme et puissant tel que celui pouvant être rencontré dans une rivière. Le confort de nage est exceptionnel quelle que soit la vitesse (9 au total). Seule concession à ce système : un emplacement nécessaire à l'immersion du moteur.



Apollo de Thermals Spa : avec des dimensions de 590 x 228 x 162 cm, ce spa figure parmi les plus larges et hauts du marché.

tés (cuve déclinable en 5 coloris, fontaines, éclairage led, ozonateur, etc.), y compris de fitness (aquabike, barre d'exercice, perche de nage avec élastique, rameur type aviron, élastique d'exercice aquagym). Christian Audier nous signale que cette exceptionnelle technique de NCC n'est pas le seul atout de l'Athena : « Le spa est proposé en version avec angles arrondis, ce qui est idéal pour une version portable, laissée hors-sol, mais aussi avec des angles droits, afin d'assurer un encastrement à l'esthétique parfaitement aboutie ». Un détail qui, en effet, est loin d'en être un pour ceux qui désirent assurer une intégration optimale de leur spa de nage !

Cependant, cette emprise sur le bassin permet la création d'une plage pouvant être utilisée par les baigneurs ! Bref, un système particulièrement astucieux qui reste rarement exploité en spa de nage. Athena et Apollo se déclinent avec un habillage noir ou brun et tous les équipements souhaités.

H2EAUX

la nage avant tout

« Pour H2EAUX, le spa de nage reste avant tout... un spa de nage. Pas d'envolée vers le fitness à tout prix, même si on reconnaît que le fitness est une vraie tendance et qu'il s'agit d'un excellent argument commercial pour



Un espace spa et un espace nage à la fois dédié à la natation et au fitness pour convenir à tous les utilisateurs, quelle que soit leur condition physique. H2EAUX

vendre du spa. La marque propose essentiellement un aquabike pouvant être disposé dans la cuve, d'autant que celle-ci est particulièrement haute en comparaison de celles du marché avec 1,55 m. En effet, puisque les principaux reproches faits aux spas de nage sont leur manque de hauteur et de place, H2EAUX a décidé de mettre l'accent sur la hauteur et l'espace avec son nouveau spa. Bref, une véritable alternative à la piscine.

VOLITION

Objectif satisfaction clientèle

« Avec Flavien Guiet, on met en valeur le modèle Hobart Bi-zone III qui en est à sa 3^e génération. « Un vrai tout-en-un puisqu'il associe un spa absolument complet et un bassin de nage ultra performant avec des températures adaptées pour chaque activité ». Une barre nageur, un vélo, etc. tout est proposé pour des activités sportives et fitness, toujours avec une cuve blanc pur, qu'affectionne particulièrement la marque. Flavien Guiet en profite pour insister sur un point crucial : la vente et la maintenance. « Le professionnel doit vendre un spa comme il vend une piscine. Pas question de vendre du spa comme un simple produit de consommation. Se former, assurer un vrai service avant et après-vente fait toute la différence. Investir un minimum de 500 € dans un stock de pièces détachées semble un minimum et nous sommes là pour aider les professionnels à faire une sélection judicieuse afin d'assurer un SAV réactif et efficace.



Flavien GUIET

Bien sûr, si le piscinier le souhaite, en cas de surbooking, d'éloignement ou de blocage technique, il peut toujours avoir recours à notre service Volition Technic et SAV qui assure : raccordement, mise en fonction, maintenance, suivi, entretien et dépannage des spas ».

Carton plein pour WATKINS

« En venant associer Endless® Pools à ses marques HotSpring et CalderaSpas, ce fabricant répond désormais à la totalité des demandes du marché. Tim Vanderbruggen nous confie qu'« avec Endless® Pools, particulièrement connu en matière de fitness aquatique, nous nous trouvons au cœur de la tendance fitness... avec une expérience de plus de 30 ans. En effet, plus de 20 000 familles dans le monde entier, cherchant à améliorer leur santé et à rester actives, ont déjà fait confiance à Endless Pools. Les systèmes



Tim VANDERBRUGGEN

proposés combinent la NCC avec les options de tapis de course immergé, rameurs, les exercices de musculation et l'hydrothérapie relaxante ». A noter que la NCC utilise un système de propulsion hydraulique sur mesure qui crée un courant laminaire jusqu'à 19 000 litres par minute plus large que le corps humain et plus profond que les mouvements nécessaires à la nage. Des grilles de traitement multiples lissent et redirigent l'eau pour produire un courant de nage sans turbulence. Même en puissance maximale, on a donc l'impression de nager dans un courant régulier.



toucan

Les produits malins pour tous les bassins !

NOUVEAU

LA PLV SOL



toucan

Entretien des piscines et des spas



PROTÉGEZ



PURIFIEZ



NETTOYEZ



Pratique et attractive !

Disponible chez votre distributeur



toucan-fr.com

L'ANALYSE DE CLAIR AZUR

La natation, les massages, le fitness mais aussi les jeux. Tout est désormais possible avec le spa de nage.

Doc. Clairazur.

Stéphane Barralis, fondateur de Clair Azur, porte un regard d'expérience sur le spa à tendance fitness :

« Cette tendance est déjà apparue aux Etats-Unis il y a 2 ou 3 ans. Elle émerge en ce moment en France. Cela permet d'optimiser au maximum tous les atouts du spa de nage. Avec un seul équipement, compris entre 25 000 et 50 000 € on peut répondre à tous les besoins et attentes des utilisateurs. L'intérêt est aussi son côté évolutif. Il est possible d'acquérir de nouveaux éléments fitness, d'en changer... Les gammes proposées s'étoffent donc en ce sens.

Le seul problème du spa de nage réside dans son intégration. Alors que la tendance est aux versions portables, il est parfois difficile de trouver une solution paysagée pour ce type d'équipement. Choisir entre une implantation en intérieur ou en extérieur, prévoir un encastrément partiel avec un deck, ... tout est possible, à condition de peaufiner le projet ! »



Stéphane BARRALIS



La natation, les massages, le fitness mais aussi les jeux, tout est désormais possible avec le spa de nage. Clairazur

MASTER SPAS

Le fitness est une évidence

Pour ce fabricant exclusivement distribué en France par Irrijardin, l'intégration du fitness est déjà depuis quelque temps incontournable. Dean Taleb, représentant de la marque en France, est d'ailleurs l'un des rares à vendre du spa de nage fitness en collectivités... sans doute en raison de la tradition outre-Atlantique à utiliser cet équipement dans certaines écoles de nage ou au sein de certaines cliniques en thérapie. Quoi qu'il en soit, l'esprit fitness du spa chez Master est bien présent. Il suffit de remarquer les packs proposés pour l'équipement des spas de nage (avec kit rameur pour la pratique de l'aviron, élastiques pour l'assouplissement des muscles et haltères pour une musculation tonique). Ces derniers, déjà proposés depuis 3 ou 4 ans, sont indiscutablement un atout attractif, qui fait vendre. Master a en plus eu l'idée de proposer une application d'entraînement avec vidéo qui peut être diffusée sur un iPad durant la séance fitness au sein du spa. Le programmable, personnalisable, prend également en charge les commandes du spa en agissant sur la vitesse de nage par exemple.

Chez Irrijardin qui distribue la marque, on va même jusqu'à distinguer le spa de nage du « spa fitness ». Ce dernier, plus petit qu'un spa de nage, s'intègre plus facilement à l'intérieur d'un domicile. Il permet de cumuler : kit rameur, élastiques, haltères, vélo, jogging, massages (grâce à la présence de buses) et... oui, quand même, NCC !

À noter d'ailleurs que la NCC chez Master peut aussi être assurée avec un système à propulsion avec moteur immergé.



Application développée par Master Spas pour suivre, directement dans le spa, un programme fitness.

AQUAVIA

Le fitness se fait compact

Ici, on mise sur la compacité et la polyvalence. En plus d'offrir un hydromassage de qualité, le « Fitness Spa » est un espace ludique pour toute la famille. Sa surface libre, de plus de 2 mètres, pour la natation ou la pratique d'exercices d'aquagym, permet aux plus jeunes d'apprécier ce spa comme une mini piscine. Tout cela en profitant d'une séance d'hydromassage dans la zone de jets, ou en faisant du rameur.

Son Pack fitness se compose : d'une perche avec harnais pour la natation qui s'installe facilement sur la coque du spa, d'élastiques en caoutchouc pour les exercices d'aquagym mis en place grâce aux solides mains courantes d'acier inoxydable du spa (ils offrent diverses combinaisons possibles) et d'un rameur. Ce rameur comprend deux barres métalliques, agissant comme des rames, qui se fixent sur la paroi du spa, et d'élastiques en caoutchouc permettant d'ajuster leur résistance.



Avec 4 m de long et 2,30 m de large, Fitness Spa d'Aquavia offre deux espaces spacieux destinés, pour l'un, à la nage et l'aquafitness, pour l'autre à l'hydromassage dans un spa complet.

2 CAS ATYPIQUES !

La mini piscine fitness de POOLSTAR

Chez Poolstar, on ne transforme pas le spa de nage en salle de sport, mais on crée un bassin autoportant Fit's Pool capable de s'équiper d'éléments Fitness. Présenté au dernier salon Piscine Global, le concept gagne le prix de l'innovation dans sa catégorie forme. Le Fit's Pool intègre un système de filtration, de chauffage de l'eau, ainsi qu'un aquabike. Il est pourvu d'une agréable banquette, d'un escalier externe pour en sécuriser l'accès, et d'un couvercle isolant pour préserver la chaleur de l'eau.

A positionner dans des locaux existants, sans travaux spécifiques, grâce à sa légèreté et sa facilité d'installation, il offre un espace de travail supplémentaire dans un club de sport, une piscine collective ou un cabinet de rééducation, permettant également d'offrir des séances d'aquabike sans avoir de bassin « en dur ».

Dans le courant de l'année, c'est le Fit'spa qui sera bientôt disponible !



Le spa vélo AQUA BIKE

Ce n'est pas un vélo dans l'eau, ce n'est pas un spa... c'est l'Aqua Bike ! Ce concept très novateur utilise un équipement beau et déclinable en trois coloris, qui offre à la fois détente avec buses de massage et remise en forme grâce à un système de pédalier intégré. 45 minutes avec lui et c'est 800 calories de brûlées.

Compact (2 200 x 1 200 x 1 100 mm), avec une contenance de 375 litres et un poids de 150 Kg seulement, il s'intègre aussi bien en salle de bain, chez un particulier, qu'au sein d'une collectivité (centre sportif, hôtellerie...).

A savoir : ce produit anglais recherche un importateur, un distributeur ou un partenaire.

Renseignements sur : www.aquabikeuk.co.uk



Alukov®

22
ANS
1995
2017

Abris de piscine & de spa

Une fabrication certifiée et labélisée
(ISO 9001 - ISO 14001)

Un savoir-faire reconnu

Une recherche constante d'innovation

Expertise • Conseils • Disponibilité



Dans le cadre de notre développement,
nous recherchons des concessionnaires, revendeurs, apporteurs d'affaires.

ALUKOV France - Athena 1 - site d'Archamps - 74160 Archamps
Tél. +33 (0)4 50 87 90 30 - Mobile : +33 (0)6 32 02 73 86 - info@alukovfrance.fr - www.alukovfrance.fr

STABILISANT DU CHLORE, UN VRAI DILEMME !

L'utilisation du « chlore » est l'une des techniques de désinfection les plus répandues, facilement applicable et très efficace. En effet, les composés chlorés utilisés génèrent de l'acide hypochloreux (agent désinfectant) qui assure la qualité de la désinfection du bassin. Plusieurs méthodes sont possibles et accessibles pour les particuliers : un traitement au chlore liquide, à l'hypochlorite de calcium ou au galet de chlore stabilisé.

Thibault OSEPIAN - Ingénieur Chimiste OCEDIS

EFFICACITÉ ET STABILITÉ DU CHLORE

Dans l'eau, l'acide hypochloreux se dissocie en ions hypochlorites (ClO⁻) et en protons acides (H⁺) selon l'équation réactionnelle : $\text{HOCl} \rightleftharpoons \text{ClO}^- + \text{H}^+$

L'acide hypochloreux présente des propriétés oxydantes et bactéricides beaucoup plus prononcées que l'ion hypochlorite. C'est essentiellement ce composé qui assure

la désinfection du bassin. Mais cet équilibre est sensible au pH de l'eau et à la température.

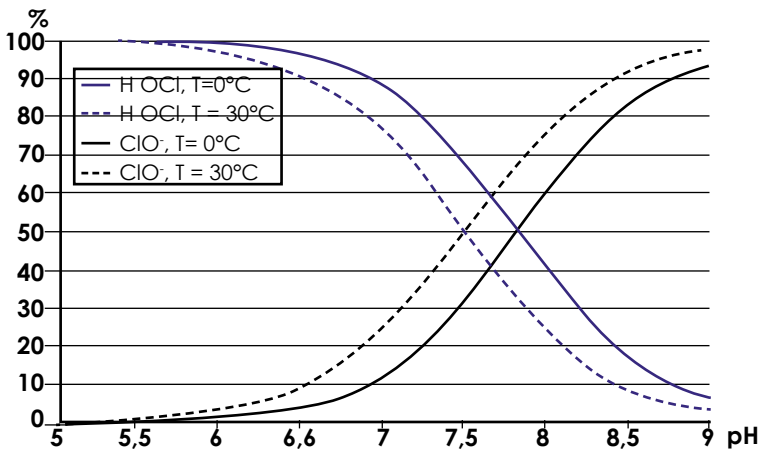


Figure 1 : courbe de dissociation de l'acide hypochloreux en ions hypochlorites en fonction du pH et de la température

D'après la figure ci-contre, plus le pH est élevé, plus les ions ClO⁻ sont présents aux dépens de l'HOCl, entraînant une baisse de son pouvoir désinfectant. Cet effet s'accroît avec l'élévation de la température.

Par ailleurs, dans les piscines de plein air, il est difficile de maintenir un taux de chlore correct. En effet, le rayonnement UV provoque une destruction photochimique de l'ion hypochlorite (ClO⁻) suivant la réaction :



Ainsi, afin de réduire efficacement le taux de dégradation de l'ion hypochlorite sous l'effet des rayons ultraviolets du soleil, un composé organique, l'acide isocyanurique, peut être ajouté en supplément de l'acide hypochloreux (figure 2).

Cette molécule se combine avec l'acide hypochloreux pour former des composés chlorés actifs très peu sensibles au rayonnement UV, suivant la réaction :

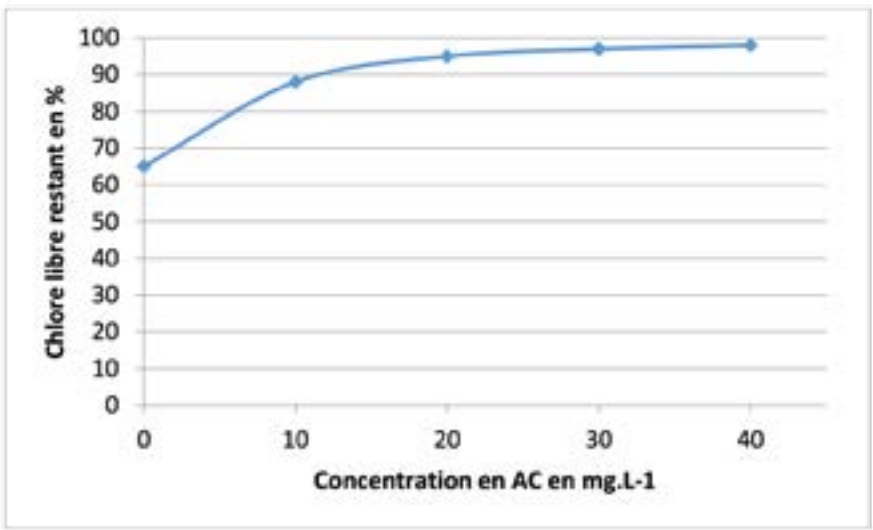
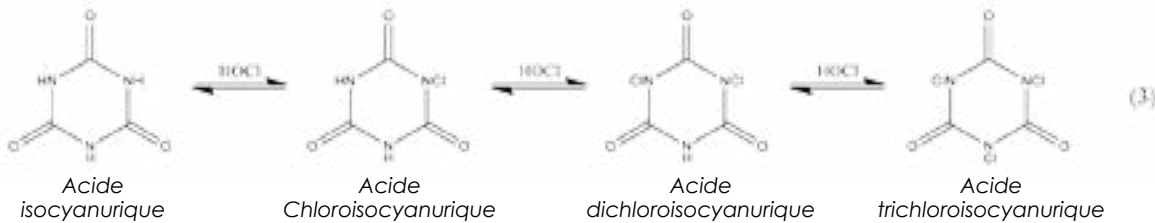


Figure 2 : Courbe montrant la quantité de chlore libre restant après 1 heure d'exposition au soleil en fonction de la quantité d'acide isocyanurique introduite

Bien qu'aucun autre composé ne soit capable de stabiliser l'acide hypochloreux, la méthode de désinfection utilisant du stabilisant (acide isocyanurique) comporte un défaut majeur, c'est le risque de « surstabilisation ». En effet, lors d'un cycle de désinfection de cinq à six mois au moyen de « chlore stabilisé », la concentration en acide isocyanurique (toutes ses formes confondues) augmente après chaque traitement permettant d'assurer la qualité de la désinfection. Cependant, la vitesse de réaction entre l'acide hypochloreux et l'acide isocyanurique est plus importante que la vitesse d'élimination des bactéries. Ainsi, à partir d'une concentration de 100mg.L⁻¹ en acide isocyanurique dans le bassin, l'acide hypochloreux n'est plus suffisamment disponible dans le milieu pour stopper le développement bactérien. Il n'existe, à ce jour aucun moyen de diminuer la concentration en acide isocyanurique par un quelconque traitement. C'est pourquoi, il est nécessaire de vidanger une partie, voire la totalité du bassin lorsque l'eau est dite « sur-stabilisée ».

Stabilisant (mg/L ou ppm)	75	100	200	300
Temps d'action du chlore (min)	< 2 min	2 min	20 min	inefficace
Développement bactérien : dédoubllement cellulaire	2 min à 25°C			

Figure 3 : Tableau de comparaison des vitesses d'action du chlore en fonction de la concentration en stabilisant

APPORT EN STABILISANT DES DIFFÉRENTS PRODUITS

Le tableau ci-dessous résume l'apport en stabilisant des différents chlores stabilisés utilisés par les particuliers

Produits	Dosage recommandé	Augmentation de la concentration en stabilisant à chaque dosage
Chlore galet (multifonction ou lent) en traitement habituel	250g pour 25m³	5 mg/L
Chlore choc (pastille, granulé) pour un traitement choc	Entre 150 - 200 g pour 10m³	Entre 5,0 et 8,0 mg/L

Ces données montrent qu'avec une dose de traitement habituel par semaine on apporte 20mg/L de stabilisant par mois. Cet apport est complété avec, en général, un traitement choc par mois. On obtient un apport de stabilisant entre 25 et 30 mg/L par mois. Sans renouvellement de l'eau, la piscine est saturée en stabilisant après 3 à 4 mois de traitement.

COMMENT LIMITER LA SURSTABILISATION

Pour limiter la surstabilisation en piscine, il faut avant tout éviter d'effectuer les traitements choc avec du chlore stabilisé lorsque la piscine est traitée en traitement habituel avec un chlore stabilisé. En effet, il faut préférer l'utilisation du peroxyde d'hydrogène ou de l'hypochlorite de calcium.

Ceci permet de repousser d'au moins un mois la surstabilisation du bassin (ou plus, suivant la fréquentation, les conditions climatiques...). L'autre mesure pour limiter la surstabilisation est de renouveler chaque année au moins un tiers de la piscine. Le renouvellement s'effectue en enlevant de l'eau de la piscine puis en ajoutant de l'eau neuve. Les apports d'eau pour compléter le niveau de la piscine suite à l'évaporation ne sont pas considérés comme un renouvellement d'eau.

Rappel des normes et conseils sur l'emploi des chlores stabilisés

- L'eau d'une piscine collective ne doit pas contenir plus de 75 ppm (mg/L.) d'acide isocyanurique (stabilisant du chlore).
- Cette concentration doit être mesurée chaque semaine (article 11).
- En cas de désinfection avec du chlore stabilisé, l'eau d'une piscine collective doit avoir un taux de chlore libre ou disponible (DPD N°1) au minimum de 2 ppm.
- Le taux de chloramines (chlore total - chlore libre) doit être au maximum de 0.6 ppm.
- Les différents produits chlorés employés dans les piscines collectives sont répertoriés sur une liste établie par le Ministère de la santé.
- L'injection des produits ne doit pas se faire directement dans la piscine, les produits chlorés, doivent être injectés dans le circuit de refoulement après filtration, par pompe doseuse ou par l'intermédiaire d'un doseur de chlore.
- Les traitements de choc doivent être faits dans le bac tampon, ou par l'intermédiaire d'un pot à déplacement ou dans le préfiltre de la pompe.
- Le pH doit être maintenu entre 6.9 et 7.7.
- Le stabilisant de chlore peut être employé en cas d'utilisation de chlore organique non-stabilisé comme l'eau de javel, l'hypochlorite de calcium, le chlore gazeux, l'électrolyse au sel (pour piscine familiale).
- De ce fait, le taux de stabilisant peut être facilement contrôlé !
- La vidange des bassins doit être faite une fois par an (nouvelle norme).
- L'eau de lavage des filtres ou de vidange du bassin ne doit pas contenir de chlore, elle doit être dé-chlorée à l'aide d'un produit, neutralisateur de chlore solide ou liquide, avant d'être envoyée à l'égout.
- Les différents résultats d'analyses doivent être consignés sur un cahier sanitaire 2 à 3 fois par jour et mis à disposition des ARS lors de leurs visites imprévues de contrôle, les analyses bactériologiques toujours faites en laboratoire sont à la charges de la piscine collective.

PoolCop

La piscine sur pilote automatique



Élargissez votre vision de la réalité !

Supervisez en temps réel
Contrôlez piscines, clients, équipes
Valorisez et développez votre activité



Le site web CCEI fait peau neuve !

De plus en plus de professionnels et de particuliers recherchent sur internet des informations sur les produits qu'ils utilisent ou sur leur fournisseur. Les équipements du local technique de la piscine ne faisant pas exception, CCEI a souhaité offrir à ses visiteurs internautes un nouveau site web fourni, bien conçu graphiquement et d'une navigation ergonomique. **Le site eu.ccei-pool.com met à leur disposition diverses informations techniques et commerciales disponibles en français et en anglais.**

En effet, lors de l'utilisation d'un appareil, il n'est pas rare d'avoir besoin de la notice explicative, s'avérant souvent alors introuvable ou détériorée et inutilisable. Le particulier qui veut comprendre le fonctionnement de son électrolyseur peut donc s'en remettre au nouveau site de CCEI, sur lequel il pourra télécharger la notice de chaque produit du catalogue, mais aussi rechercher les notices d'anciens produits, via un moteur de recherche.

Pour le professionnel installateur sur un chantier, en cas de besoin d'informations sur un produit, naviguer sur un site web mal conçu peut vite devenir un cauchemar ! Le nouveau site web de CCEI ne le décevra pas avec sa nouvelle interface compatible avec toutes les résolutions d'écran, sur laquelle il pourra même télécharger une notice depuis son smartphone !



Rechercher une notice



Comparatif de marque

Enfin, ce nouveau site propose toute la matière dont les professionnels ont besoin pour préparer leurs outils d'aide à la vente, catalogues, fiches de promotion, etc. Ils y trouveront une **source complète d'informations graphiques et commerciales** pour chaque produit. Le visiteur peut aussi y comparer plusieurs produits entre eux, avant de faire son choix pour ses futurs achats.

Un nouveau site à visiter avec plaisir, depuis son chantier, ou son canapé !

contact@ccei.fr / www.ccei.fr / eu.ccei-pool.com

POOL UP

Quelle que soit le pays ou la région,
les **conditions climatiques**
limitent la durée du travail.

Le 1^{er} Abri de chantier gonflable
Utilisé par + de 400 professionnels

Installation

Transport facile

Image sécurité

Isolation

Vidéo de présentation sur www.poolup-concept.com
contact@poolup-concept.com

A2C poolup - 111 rue du mas de portaly - 34070 Montpellier
+33 467 276 467

Le nouveau site **hth**® dédié aux pros

En janvier dernier, **hth**® lançait son site professionnel, www.hthpiscine-pro.com, dédié uniquement à ses revendeurs.



Intuitif et pratique, ce nouveau site propose l'essentiel aux professionnels. Une boîte à outils leur permet de télécharger fiches techniques, fiches de données de sécurité, visuels des produits, guides pour les consommateurs, mémos techniques, catalogues,...

Les produits y sont présentés avec un descriptif, mode d'emploi et la possibilité de passer une précommande en ligne.

Le site propose également un calendrier des formations dispensées par la marque sur le traitement de l'eau, ainsi qu'un fil d'actualités sur la marque.

Les revendeurs **hth**® ont reçu un mail les informant de ce lancement avec un identifiant et un mot de passe personnels pour accéder à leur espace.

marketing-water-europe@lonza.com
www.hthpiscine-pro.com

Une page Facebook dédiée au célèbre oiseau bleu !

Depuis sa création en 1998, Toucan est resté à l'écoute des besoins de ses clients et de son réseau de distributeurs, plaçant l'innovation au cœur de la réponse à ces attentes. Souhaitant se rapprocher davantage des consommateurs, et ce, par un canal de communication interactif, le fabricant de produits d'entretien pour la piscine lance sa page Facebook ! Sa ligne éditoriale sera guidée avant tout par la valorisation de tout son réseau de distribution, avec qui l'échange sera facilité. Toucan compte bien améliorer la proximité avec ses clients, utilisant également Facebook comme un vecteur de conseils sur ses produits, via des vidéos, photos, astuces d'entretien partagées pour la piscine et le spa.



Ce partage est aussi pour Toucan un formidable moyen de progresser, au travers des témoignages du terrain, toujours dans une optique d'innovation.

Pour suivre l'actualité et les échanges de Toucan sur Facebook, rien de plus simple il vous suffit de réaliser une recherche avec le nom @ToucanProductionsFr ou de vous diriger vers

<https://www.facebook.com/ToucanProductionsFr/>

contact@toucan-fr.com / www.toucan-fr.com

Les revendeurs des produits TOUCAN listés en ligne

Depuis 2013, Toucan répertorie en ligne sur son site web les pisciniers distributeurs de sa gamme de produits en France. Les utilisateurs peuvent ainsi rechercher facilement le revendeur de Pool'Gom®, Water Lily®, NetLine® ou encore NetSkim®, le plus proche de chez eux.



Pour les magasins ne figurant pas sur cette liste ou ceux souhaitant modifier leurs coordonnées, un formulaire est prévu en ligne à cette adresse :

contact@toucan-fr.com

www.toucan-fr.com/ou-acheter



Estimez-vous
que les
VRAIS PROS
n'ont pas besoin
d'internet pour
vendre ?



#progression
#crosscanal
#HydroSud
#SiOnEnParlait



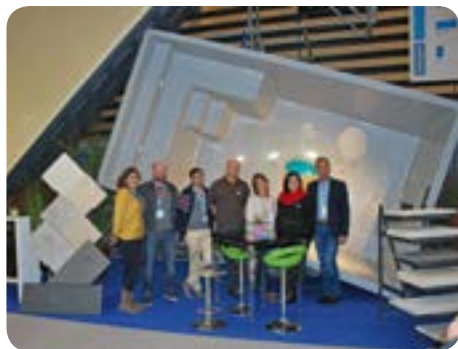
Hydro Sud Direct

Tél. +33 5 56 34 84 74

groupelement@hydrosud-direct.com

www.hydrosud-direct.com

La toute nouvelle Coopérative des Pisciniers s'agrandit déjà !



Née le 30 septembre dernier à l'initiative de 8 sociétés indépendantes, la Coopérative des Pisciniers regroupe différents acteurs du secteur de la piscine : fabricants, installateurs, magasins,... mutualisant leurs compétences et expériences, dans le but d'optimiser les capacités de négociation et d'achats, de mettre en place une communication cross

canal conquérante et booster les performances de chacun. Fondée sur des principes démocratiques pour la représentativité de chacun en assemblée, un accès équitable aux services mutualisés et une cotisation unique, ce regroupement coopératif se nourrit de la capitalisation des forces au bénéfice du groupe, tout en préservant l'indépendance de ses associés.

Deux nouvelles sociétés spécialisées dans la construction de piscines viennent déjà de rejoindre la Coopérative, AQUA-PISCINES et RAPID'EAU PISCINE.

José Alexandre Munoz, Gérant de la société Aqua-Piscines témoigne : « J'ai voulu

rejoindre la Coopérative pour casser un peu la solitude que connaissent les indépendants. Face aux corporations qui gagnent du terrain tous secteurs

confondus, nous devons nous unir nous aussi. » Celui-ci insiste sur la

dimension humaine de la structure, où les nombreux échanges prennent le dessus sur l'aspect économique.

Pour Didier Debout, à la tête de Rapid'eau Piscine, le regroupement de plusieurs acteurs au sein d'une entité distincte permet également de gagner en légitimité et de bénéficier d'avantages en termes d'achats.

Pour le Président de la Coopérative des Pisciniers, Michel Houel, l'aventure humaine que cela

représente est essentielle. « Si en plus, cela profite à nos entreprises, notre pari sera gagné » conclut-il.



Michel HOUEL

contact@cooperative-pisciniers.com



POPPSI fait son chemin...

La marque POPPSI, fraîchement née de l'envie de deux entrepreneurs français de créer une nouvelle génération de produits piscine, s'est fait connaître au Salon



Jérôme ROUSSELIN et Pascal GUILBAUD

marocain de la piscine, qui se tenait à Casablanca du 1^{er} au 4 mars. Le concept, une couleur attribuée à chaque action de traitement de l'eau de la piscine, aucune odeur de chlore et un packaging innovant, y a séduit un grand nombre de professionnels. Une opportunité pour la marque de démarrer sa commercialisation de l'autre côté de la Méditerranée dès cette saison !

Déjà commercialisé en France auprès des pisciniers, le produit a reçu un accueil très positif, et entamera ses premières livraisons en magasin ce mois d'avril.

À noter que les galets de chlore lent stabilisé et les galets multifonctions sans sulfate de cuivre sont livrés en sachets individuels, sans odeur et en seaux transparents laissant apparaître visiblement leurs couleurs respectives, de manière à améliorer encore le confort de l'utilisateur.

Deux boutiques POPPSI ouvriront leurs portes dès le mois d'avril pour vous accueillir dans les Alpes-Maritimes dès les beaux jours !

info@poppsi.fr / www.poppsi.fr



Les clients "Zodiac Premium" conviés à l'Ile Maurice



La marque d'équipements de piscine Zodiac® a organisé auprès de ses clients, membres du programme de fidélité, un voyage d'exception à l'Ile Maurice.

Une occasion de remercier dans un cadre idyllique l'ensemble des clients Premium et d'échanger avec eux dans une ambiance décontractée. Au programme : détente sur l'une des plus belles îles de l'archipel des Mascareignes, découverte de Port-Louis, la capitale, et balade en quad ou en catamaran pour les amateurs d'expériences uniques.

Une opération de fidélisation qui a remporté un vif succès auprès des 21 membres participants, satisfaits de ce beau voyage, dont ils garderont un souvenir mémorable.

L'équipe Zodiac travaille d'ores et déjà à la préparation du prochain voyage, prévu à la fin de l'année 2017.

www.zodiac-poolcare.fr

Un séminaire Mondial Piscine sous le soleil

Le 23 janvier dernier, Les îles Canaries ont accueilli le 13^e séminaire des concessionnaires et de l'équipe dirigeante de Mondial Piscine, à Fuerteventura. Au programme, de nombreux échanges sur des sujets variés, tels que, l'objectif des 75 concessionnaires à 2 ans, le fort développement à l'export, le nouveau Couloir de Nage Chron'Ô conçu avec Laure Manaudou, le nouvel escalier plus économique et fonctionnel, les aménagements sur certains concepts, ou encore la création de la Mondial Academy. Cette dernière, Centre de formation agréé financé par les OPCA, permet aux concessionnaires d'être recrutés et d'obtenir après formation un Certificat de Qualification Professionnelle Piscine.

Ce séminaire fut aussi l'occasion pour tous de partager, outre une journée studieuse, des moments d'activités sportives et de détente, rechargeant pleinement leur batterie avant d'entamer la saison. La journée de travail était animée par François THOER, Directeur Marketing et Commercial de la marque. Au cours du séjour, l'équipe dirigeante a dressé un bilan de l'année 2016 en progrès (activité du réseau, résultats financiers, R&D et plan marketing) et exposé les enjeux de 2017 pour un réseau qui se renforce régulièrement.

Pour Michel Morin, Président de Mondial Piscine : « Seule une marque dynamique avec un réseau de concessionnaires impliqués peut affronter les défis de demain. Pour rester compétitive Mondial Piscine doit toujours être performante »

developpement@mondialpiscine.fr / www.mondial-piscine.eu



LEADER MONDIAL D'ÉQUIPEMENTS POUR PISCINES



Entretien avec... **Pedro ARREBOLA**

Responsable Division Piscine chez RENOLIT

Pedro ARREBOLA est responsable de l'unité d'exploitation « Piscine » depuis 2009 chez RENOLIT Iberica, basée à Sant Celoni, au nord de Barcelone. C'est sur ce site que sont concentrés l'unité de production et les locaux dédiés au marketing et à la vente de tous les produits d'étanchéité, toitures, etc., ainsi que les produits piscine destinés au monde entier. À ce titre, il se rend fréquemment dans les pays européens, Portugal, Italie, Belgique, France, Allemagne, Russie... En effet, bien que RENOLIT dispose d'une délégation dans chacun de ces pays, le responsable de la Division « Piscine » tient à être présent régulièrement sur le terrain et proche de ses clients.



Pedro ARREBOLA

Pedro ARREBOLA, comment êtes-vous arrivé dans le monde de la piscine ?

Cela remonte à 1994, lorsque j'ai commencé à travailler chez ASTRAL (aujourd'hui FLUIDRA), au Département juridique, de par ma formation universitaire en Droit. Après 5 ans passés en Europe, en Espagne, tour-à-tour dans le domaine juridique, puis à l'organisation et au marketing, fin 1998, je suis parti durant 3 ans aux Etats-Unis, en Floride, en tant que Directeur Général de la Délégation FLUIDRA. Trois ans plus tard, je retournais en Europe, pour devenir Responsable de la Division Piscine chez CEPEX (filiale de FLUIDRA). Ensuite, je suis devenu Responsable Marketing pour le Groupe. Et, fin 2009, j'ai débuté chez RENOLIT.

Pourquoi ce changement de société ?

Après 14 années passées dans la même entreprise, même s'il s'agit d'un groupe dynamique et engagé, je ressentais le besoin de faire des choses différentes, tout en restant dans le domaine de la piscine. RENOLIT est une belle et grande entreprise, avec un produit très intéressant, très important pour la piscine.

Cette année les résultats de l'entreprise ont progressé. Y-a-t-il eu également des années difficiles ?

Oui, lorsque j'ai démarré dans l'entreprise. L'année 2009 et celles qui ont suivi furent les plus difficiles. Cependant, nous avons été capables d'opérer des changements au niveau de l'organisation, de la stratégie commerciale et dans le domaine de l'innovation, avec Alkorplan Touch. Aujourd'hui, notre chiffre d'affaires a progressé et 2016 a été une bonne année. Celle à venir le sera aussi. Nous sommes satisfaits de l'évolution.

La Recherche et le Développement sont-ils aussi basés à Sant Celoni ?

Oui, comme tous les sites dédiés à l'univers de la piscine : R&D, Production et Marketing.

Si nous parlions de la stratégie de RENOLIT en Europe ? Comment y sont distribuées vos membranes ?

La société RENOLIT a toujours travaillé avec des distributeurs. Nous pensons que les installateurs ont besoin de

notre produit, mais il ne s'agit pas de leur vendre directement des rouleaux de membrane armée. Les distributeurs, avec qui nous avons toujours eu de bonnes relations, sont un maillon important. Ils effectuent un travail important par le stockage, leur investissement financier et leur promotion des produits.



Après mon arrivée au sein de l'entreprise, un aspect important de l'organisation a changé. Depuis toujours, le produit était placé chez les distributeurs, qui réalisaient eux-mêmes le marketing, c'est ce que l'on appelle « le push » en marketing. Nous avons modifié le processus, en réalisant nous-mêmes le marketing et en les aidant à réaliser les promotions. C'est ce que nous appelons « le pull ». Nous nous engageons également avec les distributeurs à faire la promotion du produit au niveau de l'installateur et du consommateur final. Ces actions sont menées grâce à nos équipes commerciales, présentes sur les marchés, mais aussi via les nouvelles technologies à notre disposition. Nous sommes en effet très présents sur les réseaux sociaux. Nous disposons également d'un outil CRM pour gérer toutes ces informations et segmenter notre clientèle efficacement.



Vue aérienne de RENOLIT Iberica

Notre objectif est de nous différencier sur un marché où la concurrence s'est multipliée, contrairement aux années 90-2000 où la membrane RENOLIT Alkorplan était quasiment l'unique produit reconnu sur le marché.

Cela passe par l'explication de votre différenciation et du prix de votre produit ?

Tout-à-fait ! Notre produit est effectivement plus cher que les autres produits courants, mais le prix est subjectif si l'on prend en compte la valeur ajoutée de notre membrane. Nous devons expliquer clairement le prix de notre produit et ce qu'il apporte. Notre produit est un bon produit lorsqu'il est bien posé. C'est pourquoi, dans tous les pays, la RENOLIT Academy propose chaque année différentes formations à la pose pour les installateurs.

Ainsi, nous nous engageons davantage pour la formation. En France, nous avons un site de formation à Bains-les-Bains (88), aujourd'hui nous en proposons sur d'autres sites plus adaptés à nos besoins et en fonction du marché. D'autant que pour la pose de la membrane Touch, les soudures peuvent se faire bord-à-bord, ce qui requiert une formation plus approfondie.

Comment communiquez-vous sur ces formations ?

Nous travaillons avec nos distributeurs pour communiquer auprès des installateurs sur nos formations.

En France, pour la saison 2016-2017, il y aura environ 8 formations, en Allemagne, 9, en Espagne, 8, en Italie et au Benelux, 5 ou 6.

Nous sommes toujours dans une dynamique proactive dans ce domaine.

Nous travaillons avec des techniciens formateurs dans tous les pays, dans toutes nos délégations. Pour un chantier de première installation, nous pouvons aussi, si besoin, assister le piscinier qui a suivi notre formation. C'est ce que l'on appelle le service « on site training ».

Au niveau de l'organisation commerciale, comment sont structurées les délégations dans chaque pays ?

Dans chaque pays, l'organisation est la même : un responsable commercial, un technicien, qui assure les formations et le SAV, qui comprend le service Clients.

Il y a dans chaque délégation un Directeur Général, en relation avec nos services techniques globaux et marketing (à Barcelone) et moi-même.

Dans quel pays êtes-vous les mieux positionnés ?

Sans conteste en France, et c'est logique car c'est le plus grand marché européen. Ensuite, en Italie, et dans la zone que l'on nomme « D-A-C-H » c'est-à-dire l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse. (Ndlr : « Dach » signifie « toiture » en allemand et est aussi l'abréviation de « Deutschland – Austria – Schweiz ».)



RENOLIT France



Gregory HEMON

Gregory Hemon dirige la division piscine en France du Groupe RENOLIT. La piscine, division Waterproofing (Étanchéité piscine, toiture, génie civil) fait partie d'une des 8 divisions du groupe.



Maria PINTO
Chargée de l'administration
des ventes piscines France.

« RENOLIT bénéficie d'une forte notoriété sur le marché avec sa marque ALKORPLAN. Le catalogue de nos distributeurs étant chaque jour plus épais, depuis quelques années nous avons décidé de mettre en place une politique de prescription, pour renforcer le travail important déjà réalisé par leurs commerciaux.

Visite plus régulière des installateurs pour répondre aux éventuelles questions ou présenter la gamme.

Nous venons en plus de recruter Alexandre Gachot qu'une bonne majorité de pisciniers du Sud de la France connaît déjà. Il assure également la partie formation sur nos nouveaux centres que sont le Lycée de Pierrelatte et le CFA 85 à La Roche/Yon. Ces stages quasiment déjà tous complets cette année, se déroulent de novembre à mars suivant la saisonnalité des pisciniers ».



Gregory HEMON et Alexandre GACHOT

Ouverture d'une agence comptoir SCP à Antibes

SCP Antibes a ouvert le 20 mars sa 1^{re} « agence comptoir » à Antibes (06). Un comptoir de vente avec un aspect showroom 500 m² sur 2 niveaux dont 400 m² de stockage représentatif des produits les plus demandés. 2 personnes pour recevoir les professionnels et 2 commerciaux.



Eric Henry, vous êtes le directeur de l'agence SCP Aix et aujourd'hui vous ouvrez l'agence comptoir d'Antibes qui dépendra de votre agence aixoise ?

En effet c'est un concept nouveau pour SCP, en tout cas sur la France. L'idée est d'avoir un comptoir déporté de notre agence maître qui est Aix-en-Provence et de pouvoir servir au mieux notre clientèle professionnelle du 06.

Cette agence est conçue différemment des agences SCP qu'on connaît, c'est-à-dire plutôt

des agences importantes avec une vingtaine de salariés, sur 3000 à 3500 m² de stockage. A Antibes, ce n'est pas du tout sur ce modèle. La surface de stockage est réduite avec un stock qui correspond à la demande du département et évidemment nous ciblons une clientèle de professionnels qui a besoin d'un comptoir, c'est-à-dire qu'ils n'ont pas forcément la possibilité de se faire livrer chez eux, ils n'ont pas nécessairement de magasin, ni de structure importante. L'idée est de leur offrir un comptoir avec le bon matériel, le bon prix, le bon service et tout ça proche de chez eux. En l'occurrence le 1^{er} modèle est sur Antibes, à nous de faire

Eric HENRY - Directeur agence SCP Aix- et Antibes



David ETERNO
Responsable commercial
Alpes-Maritimes

en sorte que celui-ci fonctionne et que nous puissions demain peut-être le dupliquer sur d'autres zones de chalandise.

Comment est structurée cette nouvelle agence comptoir ?

En termes de structure, on a aujourd'hui David Eterno qui est chez SCP depuis 2003 et déjà Responsable commercial du 06. Il est accompagné pour le fonctionnement de l'agence par un Responsable opérationnel, Pascal Trougnou, qui lui a en charge plus précisément le fonctionnement de cette agence. Nous avons également

un commercial, Quentin Goupil et nous accueillerons dans quelques semaines un vendeur comptoir en la personne de Charles-Henry Sec pour venir nous assister sur la vente comptoir.



L'équipe SCP Antibes le jour de l'ouverture accueillant son 1^{er} client

Une retraite bien méritée pour Bernard Latrèche de Hayward

Bernard Latrèche rentre chez Cofies en 1991, un fabricant de filtres, pièces à sceller (dont le fameux skimmer design)... En 1998, Hayward Pool Europe reprend cette activité.

D'abord responsable régional Rhône-Alpes, il devient responsable Grand Compte et est présent également dans beaucoup de manifestations commerciales de la piscine.

Au cours de ses années professionnelles, Bernard Latrèche a connu énormément

de personnes. Aussi, aujourd'hui souhaite-t-il les saluer avant son départ à la retraite en avril 2017.

Il tient à les remercier pour ces très belles années passées, non seulement pour un travail toujours très positif mais aussi pour les nombreuses amitiés qui se sont construites durant toutes ces années.

Grâce à sa fille Marion, il gardera un contact Hayward particulier. En effet, depuis 2 ans, elle assure la responsabilité clientèle des pays germanophones (Allemagne, Pologne, Autriche, Suisse Alémanique). Ainsi, la famille Latrèche reste toujours active au sein de cette grande société Hayward.



Bernard LATRÈCHE

David Eterno, cette ouverture à Antibes qu'est-ce que cela va changer pour vous ?

C'était impératif pour continuer à développer le marché sur les Alpes-Maritimes. Depuis 14 ans chez SCP, j'ai toujours géré cette région, je suis en terrain connu.

Du fait des déplacements compliqués ici, avoir une proximité avec nos clients va permettre de leur apporter une réponse rapide avec la possibilité de mettre en avant nos produits exclusifs, et faire découvrir aux clients professionnels des produits qu'ils ne connaissent pas forcément.



SCP ANTIBES

400 Rue Laugier
Zone des 3 moulins
06600 ANTIBES

info.fr@scppool.com / www.scpeurope.fr

Le nouveau robot de production de Dom Composit

En 2015, Dom Composit a créé une filiale spécialisée dans la fabrication et le thermoformage de pièces industrielles en grande dimension, Domeo Technologie. Dans cette perspective de développement, en juillet 2016, la société a intégré à sa ligne de production un robot 5 axes dont le fonctionnement très efficace offre de nombreux avantages. En effet, il remplit plusieurs fonctions au sein de la chaîne de production. Il permet entre autres :

- d'usiner toutes les mini piscines (faire tous les trous, mesurer l'épaisseur de la coque, ramener la coque à la bonne épaisseur).



- de faire des maquettes de piscine ou de pièces industrielles.
- de fabriquer toutes les pièces de l'entreprise comme des escaliers, des coques, ou encore leur nouveau produit breveté, la série de douches thermoformées, destinées à des personnes à mobilité réduite.

Son fonctionnement offre une simplicité remarquable puisqu'il suffit qu'un opérateur intègre l'ordre dans le robot et la mise en



place des pièces. Prenons l'exemple des nouvelles douches Dom Composit : le receveur en acrylique est thermoformé, sans avoir besoin de le renforcer en polyester, grâce à l'utilisation d'une mousse haute densité. Durant la nuit, le robot, sans intervention manuelle, peut usiner 20 blocs de mousse à la fois sur la forme intérieure de la peau thermoformée. Le lendemain matin, il suffit de « pistoler » une colle, emboîter les pièces et c'est terminé. Les produits sont ainsi 100 % recyclables puisqu'ils sont fabriqués sans polyester. A l'heure actuelle, ce robot fonctionne 24/24h.

En outre, ce robot permet de fabriquer des sortes de prototypes en produisant un moule de thermoformage dans un bloc de matériau composite, et faire les premiers thermoformages avec ce bloc fabriqué pendant la nuit. Un moule définitif pourra ensuite être fabriqué si l'après série convient.

Ce robot permet ainsi de maîtriser le cycle complet : l'étude du produit, la fabrication de la maquette, la fabrication des outillages, l'après-série ...

Son acquisition offre ainsi beaucoup d'avantages à la société Dom Composit et parmi eux, celui de lui ouvrir les portes de nouveaux marchés.

info@domcomposit.com / www.domcomposit.com

UNE MISSION
UN CREDO
UN OBJECTIF
Vous accompagner
Augmenter
votre rentabilité
Vous offrir le plus large
choix possible

POOL360

www.scpeurope.fr

SCP
academy

Organisme de formation enregistré
sous le N°76120061812

SCP®

PISCINE • EQUIPEMENT • TRAITEMENT DE L'EAU • BIEN ETRE
20 marques exclusives pour vous différencier

Entretien avec... Anthony BODY

Dirigeant d'Extrabat (suite de Spécial PROS n°21)

Dans notre précédent numéro de février, Spécial PROS n°21, Patrick SANCHEZ nous présentait Anthony BODY, créateur et Dirigeant d'EXTRABAT, la société qui édite le logiciel EXTRABAT PISCINES. Il nous exposait son parcours et la situation actuelle de l'entreprise.

Dans cette 2^e partie, nous allons relater l'exemple d'un piscinier, au sortir du salon de Lyon, désireux d'acquérir le logiciel.

Je vous ai rencontré au salon de Lyon, votre produit m'intéresse. Quelles sont les étapes à envisager ?

En général, nous procédons par visio-conférence d'une demi-heure, réunissant si possible l'Assistante, le Commercial, le Chef d'entreprise, voire un technicien, puisque le logiciel, transversal, fonctionne avec la colonne vertébrale de l'entreprise. L'idée est que chaque personne puisse retrouver son organisation dans cet outil.

Dans Extrabat, tout tourne autour du moteur de recherche et du dossier client.

Par le moteur de recherche, on peut retrouver toutes les informations par nom, interlocuteur, code comptable, carte de fidélité, email, ville, code postal, devis, facture, commande fournisseur, numéro de série, etc.

La fiche client est au cœur du logiciel. Une fois sur celle-ci, il est possible d'interagir en enregistrant un SAV, en réalisant un devis, une facture, en prenant un RDV, en stockant un document, etc. Nous procédons donc à une démonstration lors de la visio-conférence, ce qui est tout de suite très parlant.

Grâce à notre équipe de sept développeurs, la solution est en perpétuelle évolution. La dernière fonctionnalité en date se situe dans le moteur de recherche. Il est désormais possible de trouver un article, avec son prix de vente, sa réserve en stock, voire sa dernière mise à jour. D'ailleurs, un client nous a fait la suggestion d'ajouter un code couleur concernant sa dernière mise à jour (vert pour « mis à jour » et noir pour « non mis à jour depuis plus d'un an »). À ce jour, notre solution est la somme de toutes les bonnes idées de nos clients.

Juste en faisant une requête, on obtient 3 informations, le prix de vente, le stock et l'info de sa dernière mise à jour ! Des infos précieuses pour la marge du professionnel !

Quelle est la suite pour le prospect devenu client ?

Nos équipes de développeurs récupèrent le fichier « articles » du piscinier et son fichier clients. Nous lui proposons 20 modèles de devis et factures parmi lesquels choisir et nous lui créons ses modèles de relance 1, 2, 3, et de mise en demeure. Nous créons ensuite son compte administrateur. Ainsi, après avoir suivi notre formation, il démarre directement sur ses fichiers, comme auparavant avec son propre logiciel.

Dans un autre exemple concret, je suis un piscinier désordonné, je n'ai même pas de fichiers, j'ai un gros classeur. Comment allez-vous procéder ?



Anthony BODY

Notre logiciel est ouvert là-aussi. Nous mettons à disposition du piscinier tous les catalogues des fournisseurs. De la sorte, lorsqu'il tape une référence dans un devis, le logiciel affiche « aucun article dans la base », puis demande à l'utilisateur s'il souhaite qu'il aille chercher dans la base des 400 000 articles intégrés par EXTRABAT. Le logiciel importe alors l'article dans le devis en cours, ainsi que dans sa gestion commerciale. Cette importation est possible soit au fur et à mesure des devis, soit par famille de produits, par lot de 100, 200, 300 articles en quelques clics seulement.



www.piscine.extrabat.com

Peut-on vous demander combien ça coûte au piscinier tout ça ?

Il faut compter un droit d'entrée à partir de 1 000 € HT, qui permet de paramétrer le logiciel, puis un abonnement à partir de 65 € HT par mois.

Doit-il s'engager pour plusieurs années ?

Il y a un abonnement mensuel, renouvelé chaque année par tacite reconduction. Cela nous impose d'être le plus performant possible.

En ce qui concerne la protection des données, les professionnels ne sont-ils pas un peu méfiants ?

Si, la question est tout-à-fait légitime. Aujourd'hui nous travaillons avec le leader français de la protection des données, OVH. Toutes les données de nos clients sont sauvegardées sur 2 DATA centers, à Roubaix et Lyon, et nous fonctionnons avec le protocole https, un protocole de sécurité bancaire, dont la totalité des données sont cryptées. L'avantage est que chez EXTRABAT, nous ne stockons pas de numéros, ni de compte bancaire, ni de carte bleue. Nous stockons l'information selon laquelle Monsieur Martin possède une pompe ou un filtre. De toute façon, il y a des sauvegardes du système 3 fois par jour, donc si toutefois il se passait quoi que ce soit, nous pourrions réinstaller derrière.

Je pense que c'est un excellent outil qui permet de raccourcir, préparer et optimiser la visite en clientèle. Il permet de puiser très rapidement dans une multitude de données, sans supplanter le contact humain de l'entretien de vente.

En effet, le meilleur exemple est ce qui se passe sur les salons parfois. Certains chefs d'entreprise veulent acheter le logiciel, et nous sommes obligés de les tempérer, afin qu'ils l'intègrent correctement à leur organisation, d'où la nécessité d'une démonstration par nos soins.

EXTRABAT n'est pas là pour remplacer le personnel, car le système doit être alimenté pour y gagner en fluidité de travail. Mais c'est un outil qui permet d'optimiser le panier moyen, voire de l'augmenter, de rentabiliser le fichier clients, etc., bref de travailler en mode « confort » comme nous aimons à le dire. Le piscinier peut ainsi consacrer plus de temps et d'énergie au service de ses clients.

L'automatisme connecté

Un équipement qui automatise le traitement de l'eau de piscine par photocolorimétrie... géré depuis votre smartphone !



Pas de sonde, pas d'étalonnage !

Une solution simple et fiable

Une eau de qualité 24/24, 7/7

Programmation et ajustement des dosages selon les caractéristiques du bassin

Gestion sur smartphone



Une goutte de l'eau de piscine est analysée par colorimétrie, le dosage est ajusté en fonction.



PRIZMA

Traitement de l'eau

Analyses

Automatismes et dosages

Pompes à chaleur

Animation de piscine

Eau domestique

Egalement...
Retrouvez tout Ocedis sur :
www.ocedis.com

Demandez vos identifiants et accédez à «l'espace pro»

- Téléchargement de FDS
- Commandes en ligne
- Suivi des commandes etc.

Accédez à
l'espace pro
du site !



Ocedis MelFrance

Nos conseillers commerciaux à votre écoute !
info@ocedis.com - 04 74 08 50 50
www.ocedis.com



LE PLAISIR & LA MAITRISE DE L'EAU

Entretien avec... Frédéric MARMANDE

Dirigeant d'Abridéal

Frédéric MARMANDE a rejoint ABRIDÉAL en 2004. Dix ans après, les fondateurs de l'entreprise lui ont transmis les rênes de la société landaise. Depuis, il a réussi à renforcer le positionnement de la marque d'abris de piscine en France, et dans plusieurs pays européens et ajouté plusieurs modèles d'abris télescopiques au catalogue de la marque. Le siège de l'entreprise est établi à Angresse dans les Landes (40).

Frédéric MARMANDE, quel a été jusqu'ici votre parcours ?

Depuis l'âge de 14 ans j'effectuais des stages et divers jobs d'été chez ABRIDÉAL, entreprise que je connais parfaitement. Et pour cause, elle a été fondée en 1979 par mon oncle et ma tante (François et Véronique MASSIEU), qui ont par la suite intégré ma mère et d'autres membres de la famille à leur équipe. En 2004, j'ai rejoint l'entreprise pour épauler François et Véronique lors d'un tournant historique pris par le marché de l'abri de piscine en France.



En effet, la loi sur la sécurité des piscines (2003) a alors insufflé une nouvelle dynamique à ce marché, braquant tous les projecteurs sur les dispositifs de sécurité autour du bassin, parmi lesquels l'abri. Au sein de la société, nous avons senti qu'il fallait profiter de cette « vague » pour créer de nouveaux modèles d'abris. Ingénieur de formation, j'avais travaillé jusqu'alors dans un grand groupe, développant des compétences en management, processus d'industrialisation et vision globale de développement. Des capacités qui pouvaient apporter de vrais atouts à l'entreprise familiale. Au départ j'ai donc occupé une fonction plutôt technique, en charge

des produits, de la logistique et de l'organisation, tandis que mon oncle gérait le développement commercial, et ma tante la communication. Au fil des années, nous avons préparé le « passage de témoin », tenant compte de l'évolution du marché. J'ai donc pris la direction d'ABRIDÉAL en 2014, avec pour objectif de lui donner un nouvel élan.

Parlez-nous de l'entreprise. Où en est ce nouvel élan ?

Tout d'abord la reprise de l'entreprise a engendré bien évidemment une restructuration, avec la nomination d'un Directeur Commercial et d'une Responsable Marketing, chapeautant l'équipe commerciale. L'un des fondements de la reprise d'ABRIDÉAL était d'en faire une société spécialisée dans l'abri bas, incluant les abris mi-hauts (jusqu'à 1,80 m), avec un catalogue des plus complets, essentiellement tourné vers les particuliers. Cela représente un vrai challenge de maîtriser parfaitement, tant techniquement que commercialement et d'un point de vue logistique, un tel éventail d'abris : 6 modèles qui se déclinent dans différentes tailles, différentes couleurs, avec chacun leurs options, leur budget, etc.

L'offre a été complétée également avec l'ajout d'abris plus hauts, plus larges, ainsi que des produits plus ciblés pour le marché à l'export. Ce fut possible grâce à notre rencontre avec la société P.A.C VENUS (Ndlr : fabricant



Frédéric MARMANDE
Dirigeant d'ABRIDÉAL

d'abris hauts télescopiques depuis 1987, marque Vénus), que nous avons repris sous une holding commune (Sud-Ouest Cover).

L'intégration de VENUS allait dans le sens de l'évolution que nous souhaitons. D'abord une entreprise à la structure interne identique à la nôtre, dirigée par la famille PERROT. Ensuite, l'incorporation de produits développés avec le savoir-faire de 20 années, donc déjà maîtrisés, à savoir des abris hauts, des abris très spécifiques (pour collectivités par exemple). Il y a une véritable synergie entre nos deux forces et nos valeurs. Les deux entités continuent d'exister, indépendamment sur le plan juridique, mais ont mutualisé leurs forces vives.

Cette évolution et l'élargissement d'une offre spécialisée, ont permis à ABRIDÉAL de se positionner comme spécialiste, avec une équipe de pointe, opérant depuis la conception jusqu'à la pose, sans sous-traitance ! Ce qui est très rare aujourd'hui pour une entreprise d'envergure nationale, voire internationale.

Nous sommes fiers d'affirmer que notre expertise et notre conseil sont toujours les piliers des services que nous proposons aux clients, c'est ce qui fait le succès de l'entreprise depuis 1979.

En parallèle, P.A.C VENUS vient désormais répondre à une offre de produits que nous ne pouvions satisfaire auparavant, tout en détenant déjà le savoir-faire et l'expérience.



C'est vous qui dirigez les deux entités ou y-a-t-il deux dirigeants ?

Je dirige les 2 entités, mais Emmanuel PERROT demeure dans l'entreprise P.A.C VENUS, en tant que Directeur industriel, à Saint-Sulpice-sur-Lèze (31). Le but est de bénéficier de deux canaux de distribution et de forces de frappes complémentaires, non pas concurrentiels, entre les deux entreprises. Ainsi, toute l'équipe de VÉNUS est restée en place.

Comment sont vendus les produits ABRIDÉAL et VENUS ?

Notre force de vente est implantée en région, sous une forme indépendante, salariée de chacune des entités, avec un secteur attribué, pour un maillage efficace du territoire. Notre schéma de fonctionnement est très traditionnel, avec des contacts provenant de la publicité, des opérations médiatiques, d'événements locaux, foires, salons, ou encore des prescripteurs. ABRIDÉAL dispose de 18 commerciaux et 6 chez P.A.C VENUS. Si la représentation commerciale est le « nerf de la guerre » pour notre activité, j'aime à répéter que la proximité avec nos clients, notamment par la pose de l'abri, mais pas seulement, est également essentielle. La pose de l'abri n'est pas une fin en soi, accompagner le client par un service après-vente, un service logistique et des plateformes d'intervention, répartis sur tout le territoire, est primordial pour nous. C'est pourquoi j'ai développé ces plateformes logistiques en région entre 2004 et 2008, afin d'assurer aux clients un dépannage rapide en cas de besoin. Le Mans (72), Cambrai (59), Colmar (68), Lyon (69), Avignon (84), évidemment Angresse (40), et maintenant Toulouse (31), sont autant



Un effectif de combien de personnes ?

Nous sommes 90 salariés chez ABRIDÉAL et 38 chez P.A.C VÉNUS. Nous possédons au total une vingtaine de camions, parmi lesquels les camions de dépannage et les camions de pose de la flotte intégrée.

Quel est votre produit phare ?

Chez ABRIDÉAL, c'est évidemment l'abri bas télescopique qui a aujourd'hui le plus de succès. Il se décline entre le modèle Mezzo et le Stretto, variant par leur hauteur, le Stretto étant un peu plus bas (inférieur à 1 mètre de hauteur) que le Mezzo. Le modèle Stretto est plébiscité dans le Sud de la France où il est moins fréquent de se baigner sous abri. Tandis qu'au nord de la Loire, les clients préfèrent le modèle Mezzo, qui offre plus d'espace pour une baignade abritée.

Du côté des produits VÉNUS, il s'agit davantage encore de modèles sur-mesure, mais le fer de lance est toutefois l'abri en verre. VÉNUS revendique d'ailleurs sa maîtrise et son savoir-faire du verre trempé de sécurité. Le verre employé est un verre homologué pour les milieux humides, et les sols glissants (normes en collectivités). La marque est « numéro 1 des fabricants d'abris de piscine en verre de sécurité », quasiment depuis son existence. Le verre a l'avantage de mieux vieillir que le polycarbonate, de ne pas se patiner avec le temps, ni se rayer.

Quelle est votre situation à l'export ?

Nous exportons vers deux types de

zones, tout d'abord les pays européens limitrophes, « à portée de camions » pour nos deux entreprises, c'est-à-dire l'Allemagne, le Benelux, la Suisse. Et une réflexion aura lieu dans les années à venir sur la partie sud de l'Europe, notamment l'Espagne et le Portugal. En juillet 2014, nous avons créé une filiale d'ABRIDÉAL en Allemagne, basée à Würzburg, d'une part pour approvisionner le marché germanophone avec les produits ABRIDÉAL, d'autre part, pour proposer aux pays d'Europe de l'Est une plateforme avancée en produits VÉNUS. Ces derniers sont commercialisés à l'export sous la marque AQUATELESCOPIC, la marque VÉNUS étant exclusivement française. Ces pays, ainsi que ceux de la partie Nord de l'Europe, sont en demande d'abris plus hauts, plus résistants à la neige.

En plus de l'export en pays limitrophes, représentant une part importante de l'activité du groupe, P.A.C VENUS s'autorise des missions export un peu plus « exotiques » (pays du Golfe Persique, Asie), grâce à sa maîtrise de la fabrication en usine et de la mise en container pour l'exportation. C'est un vrai savoir-faire que nous entretenons et développons pour l'avenir.

En conclusion ?

Après avoir observé l'activité export de P.A.C VENUS, nous avons constaté que si l'entreprise était sollicitée pour des projets de très grande envergure, à des centaines, voire des milliers de kilomètres d'ici, c'est qu'il y avait une bonne raison ! Ce savoir-faire sur des portées d'abri aussi grandes (plus de 20 m de large), reconnu et plébiscité à l'autre bout du monde... c'est un atout qui guidera notre orientation pour les prochaines années, pour en faire profiter nos collectivités !



de points de départs logistiques de techniciens poseurs. Nous assurons le maintien continu des compétences de ces derniers. C'est un impératif, avec le catalogue de produits que nous proposons et la diversité des pièces que cela implique.

Ensemble, comme un ROC !

3 jours durant... du 25 au 27 janvier 2017, Thierry d'Auzers, nouveau Président du Groupe EVERBLUE a martelé avec ses concessionnaires, la devise de l'année : « Ensemble comme un ROC ! ».

Plus de 300 participants se sont réunis au Pullmann de Cannes-Mandelieu, complexe hôtelier magnifiquement situé en bord de mer.

Beaucoup d'images et de vidéos au cours de ce Congrès... normal, nous sommes à Cannes, la cité du cinéma !

Les deux premiers jours furent réservés exclusivement aux concessionnaires et à leurs équipes et consacrés au bilan de l'année 2016 et à la stratégie pour 2017 et plus encore.

Peu de choses ont filtré, mais nous avons pu nous rendre compte que l'année 2016 avait été excellente pour les concessionnaires Everblue. L'ensemble des promesses faites par Thierry d'Auzers lors du congrès 2016 a été tenu et souvent au-delà de ce que certains imaginaient ; car il ne faut pas oublier que celui qui mène le destin du réseau Everblue n'est pas « né dans la piscine ».



Soirée blanche

Quant à la stratégie et la vision pour cette année et les années à venir, l'Excellence et la Sérénité seront toujours à l'honneur... mais difficile d'en savoir plus...



Thierry D'AUZERS

Le vendredi était la journée dédiée aux fournisseurs et partenaires. Tous réunis dans le grand amphithéâtre paré des couleurs Everblue, le maître de cérémonie a démarré la journée par une projection sur deux écrans géants « d'interviews-trottoirs » concernant la marque EVERBLUE. Ce sont les termes de : « 1^{er} réseau de France, positionnement haut de gamme, image moderne et qualitative, produits fiables et de qualité, la puissance d'achat, l'écoute et le partage, les valeurs humaines et le respect du client »... qui sont revenus le plus souvent tout au long de ces interviews.

Thierry d'Auzers a alors pris le micro et rebondi devant l'assistance : « Cet exercice avait pour objectif de vous démontrer l'importance de nos valeurs et notamment l'attachement que nous avons sur le terme qualité, et ce à tous les niveaux. Et cette perception de la qualité, elle se mesure ! »

Une série de projections s'ensuivit où chaque fournisseur découvre, sous forme de tableaux, les notes et appréciations de tous les concessionnaires sur le matériel, l'accompagnement, le SAV, les points forts et les points à améliorer. Le tout commenté par Thierry d'Auzers : « Voici ce que les concessionnaires Everblue ont à vous dire. On est

là pour vous aider à progresser, à grandir ensemble et aller au-delà de vos limites ».

Et d'ajouter : « Il n'y a pas de mal à penser. S'il y avait vraiment du mal à penser vous ne seriez pas là ! Aussi, si vous êtes là, c'est qu'on vous considère et que l'on pense que vous pouvez être encore meilleur. Il s'agit d'une démarche d'amélioration constante de la qualité que nous allons développer ensemble ».

Autre temps fort de cette matinée, le Prix du Fournisseur Everblue de l'année, remis à Sharon Goldenberg le vice-président de Maytronics venu exprès d'Israël pour la circonstance.



Remise de prix à Sharon GOLDENBERG

Récompense obtenue pour la qualité, la fiabilité et le SAV des robots fabriqués exclusivement pour Everblue. Avec un taux de satisfaction proche de 100 % en ayant pratiquement doublé le nombre de clients « Très Satisfait » versus 2016, qui donc considèrent ce fournisseur dans l'excellence. Il s'agit donc pour Maytronics, avec ses robots conçus pour Everblue, la deuxième année consécutive à obtenir ce prix prestigieux !



Assemblée



Remise de prix

« C'est possible d'avoir des produits fiables, un service de qualité, des produits différenciant et exclusifs ! » a souligné le maître de cérémonie.

Puis d'autres belles séquences prises durant le dernier salon de Lyon furent projetées - des témoignages des fabricants chaleureux envers les concessionnaires Everblue, le Groupe et sa nouvelle direction.

Après la pause-café, l'importance de la formation fût abordée. Thierry d'Auzers aime bien les citations et notamment celle de Thomas Jefferson : « Si vous pensez que la formation coûte cher, essayer l'ignorance ! ». C'est donc un véritable programme de formations destiné aux concessionnaires qui est mis en place avec le concours des fabricants/fournisseurs. Il s'agit non seulement de mieux appréhender les produits pour mieux les vendre, mais aussi de maîtriser leur installation dans les règles de l'art, de pouvoir mieux diagnostiquer les incidents pour les régler plus efficacement et plus rapidement. Une bonne formation, c'est la garantie de la satisfaction du client, du concessionnaire et du fournisseur...

Le président d'Everblue a affirmé haut et fort : « On est passé du culte de l'ignorance au culte de la connaissance. Aujourd'hui nos fournisseurs veulent vous transmettre leur savoir et leur savoir-faire. C'est comme cela que vous réussirez et c'est comme cela que nous réussirons ! »

Le ton était donné !

L'expression : « Ensemble comme un ROC ! » était aussi un moyen de montrer aux participants présents la puissance de ce réseau sur le marché et sa cohésion qui le rend unique.

Pour terminer ce Congrès, une soirée de gala était organisée où un grand nombre de concessionnaires ont pu être mis à l'honneur... et ce n'est pas seulement les « plus grands faiseurs » qui étaient sur le podium, mais ont été également généreusement récompensées les plus belles croissances, permettant ainsi de mettre en lumière les exploits de nombreuses équipes qui ont largement méritées leur trophée par le travail accompli.

Enfin, il y eut ce moment riche en émotion, avec la mise à l'honneur de



Robert FOURNIÉ

Robert Fournié, Directeur Administratif et Financier d'Everblue depuis plus de 40 ans qui va enfin pouvoir profiter d'une retraite méritée. Celui-ci a très largement contribué au succès et à l'esprit de ce réseau. Il a eu droit à de nombreux témoignages émouvants et une standing ovation.

Visiblement tout a été fait pour que le réseau Everblue vive une année 2017 exceptionnelle, car ils sont tous ensemble comme un ROC !

ever@everblue.com / www.everblue.com

Distributeur exclusif depuis 50 ans de NIPPON SODA

mелchlorite

- Désinfectant rapide des eaux de piscine, sans stabilisant.
- Chloration permanente pour piscine collective.
- Évite les problèmes de sur-stabilisation.
- Melchlorite NX pour doseurs automatiques en piscines collectives.

Melspring International B.V.
Amihemsestraatweg 8,
P.O. Box 268 • 6880 AG Velp
THE NETHERLANDS
Phone: +31 (0)26 384 20 30
Fax: +31 (0)26 384 20 31
Mail: poolcare@melspring.com

Melspring SAS
300, Rue Georges LATIL - ZI Nord
66000 PERPIGNAN (France)
Phone: +33 (0) 468 51 60 95
Fax: +33 (0) 468 51 60 99
Mail: infopiscine@melspring.com
<http://www.melspring.com/poolcare/>

Entretien avec... Stéphane REY

Directeur Général d'Interplast

Créée en 1980, INTERPLAST Tubes & Raccords, est installée en Principauté de Monaco depuis 30 ans. Au fil des années la société, dont le cœur de métier est la conception, fabrication, production et livraison de pièces plastiques, a su se hisser parmi les acteurs européens incontournables de cette industrie. Précurseur dans ce domaine sur le marché de la Piscine, la société a ensuite élargi sa gamme aux pompes et filtres entre autres, puis est devenue le fournisseur de nombreux produits pour l'équipement des piscines. Nous avons eu le plaisir de rencontrer Stéphane REY, Directeur Général de l'entreprise depuis 20 ans et Eric MILLET, Responsable des Relations Fournisseurs et de l'Export au sein de l'équipe Piscine, qui nous ont expliqué l'originalité du concept INTERPLAST et nous ont ouvert les portes de leurs tous nouveaux bureaux.



Stéphane REY - Directeur Général

Les tubes et raccords plastiques semblent être à l'origine de votre activité ?

Stéphane REY : Absolument, c'est notre cœur de métier. Nous intervenons dans plusieurs secteurs d'activités bien distincts qui sont : le négoce bâtiment traditionnel, les travaux publics, l'irrigation et la piscine. Le monde de la grande distribution est également une activité importante où nous sommes référencés par les plus grandes enseignes de bricolage.

INTERPLAST est une filiale du groupe industriel italien EURO-CONDOTTE qui a également comme autre filiale la société FITT, leader en Europe et numéro 2 mondial du tuyau d'arrosage. D'ailleurs nos PVC rigides et PVC souples proviennent principalement des usines du groupe.

Pouvez-vous nous expliquer le concept original de votre société et son fonctionnement ?

S.R : INTERPLAST repose sur un concept particulier puisque nous travaillons uniquement par téléphone, et ce, depuis l'origine. Nous communiquons ainsi avec l'ensemble des acteurs du marché, qu'ils soient installateurs, grossistes, négociants, aussi bien en France que dans les DOM-TOM, mais aussi partout en Europe. Nous ne nous déplaçons pas tout au long de l'année chez nos clients, même les centrales d'achats ne sont pas visitées plus d'une fois par an. Tout est géré par téléphone. Aujourd'hui, et avec internet, il est facile d'envoyer instantanément des images, des descriptifs, ou la fiche technique d'un produit, tout en continuant la conversation avec son client. La complémentarité de ces

2 outils nous permet d'être encore plus performants.

Eric MILLET : L'avantage de notre méthode de travail, est la disponibilité, la réactivité et finalement la "proximité" avec tous nos clients.



Eric MILLET

Combien de personnes êtes-vous ?

E.M : INTERPLAST compte 40 personnes à Monaco. Et l'extension de nos bureaux va nous permettre de développer l'ensemble de nos secteurs et d'accroître notre force commerciale. Notre plateforme logistique de Grenay quant à elle, emploie 35 personnes ayant pour mission de veiller à l'ensemble des processus de réception des marchandises, de préparation des commandes et bien sûr d'expédition, et ainsi livrer tous nos clients dans les meilleurs délais. (cf. encadré).

INTERPLAST fabrique et commercialise plus de 5000 articles. Cela sous-entend une gestion des stocks rigoureuse.

S.R : Absolument. Nous avons 2 approvisionneurs qui gèrent leurs propres familles de produits, l'un d'eux étant plus dédié aux produits destinés à l'activité piscine. Ils consacrent 100 % de leur temps à la gestion des stocks et à l'approvisionnement permanent de notre plateforme de Grenay d'où tout est expédié, en anticipant au maximum les saisonnalités et les contraintes de nos usines. Nous sommes reliés informatiquement en temps réel pour un suivi quotidien, avec le souci d'avoir plus de deux mois de stocks d'avance sur la majorité de nos 5000 références.

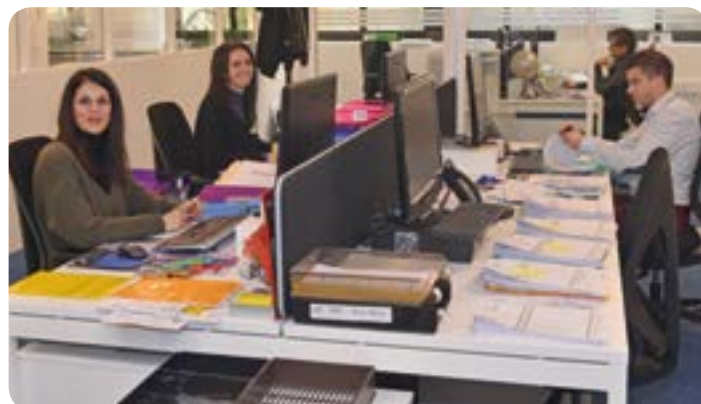
Vous indiquez une expédition/livraison sous 48h à 72h, est-ce toujours le cas ?

S.R : En règle générale oui. Les colis partent le jour de la commande pour une livraison le lendemain. Pour des commandes plus importantes qui doivent être affrétées, cela peut prendre 72h. Après il y a les exceptions liées aux phénomènes de saison, ou de jours fériés.

Encore quelques chiffres, au niveau commercial dans le secteur Piscine, combien êtes-vous ?

S.R : Notre équipe dédiée au marché de la piscine est composée de 6 collaborateurs dont font partie Eric Millet Responsable des Relations Fournisseurs et de l'Export, et Julien Reisdorf Responsable des Ventes Piscine.

E.M : J'ai une clientèle spécifique en France et à l'Export. La Suisse, la Belgique et les DOM-TOM sont 3 marchés très importants. Nous travaillons aussi au Portugal, en Allemagne et en Afrique. Notre organisation de travail permet de réduire les distances avec les clients les plus éloignés et de leur apporter la même qualité de service.



Open Space monégasque : Equipe Administration des Ventes



L'équipe commerciale Piscine de g. à d.

Kevin LOPEZ, Eric MILLET, Denis PIA, Thérèse GENTIL, Alexandre CARDI, Julien REISDORF

S.R : Grâce au téléphone, nos responsables de secteurs sont capables de gérer l'ensemble de nos clients sachant que dans le secteur de la Piscine nous avons aujourd'hui plus de 3000 comptes clients, dont 2000 actifs. Nous continuons à nous développer et notre équipe va s'étoffer pour développer notre présence et répondre encore plus efficacement à toutes les demandes de nos clients.

Justement, ce fonctionnement, cette organisation, qu'en est-il ?

S.R : Nous avons des responsables de secteurs spécialisés par métier, que ce soit pour le Bâtiment, la Piscine et les Travaux Publics. Un service administratif, pour la saisie et la gestion des commandes, un service comptabilité clients / fournisseurs et un service informatique. Ce dernier est plus important puisque l'informatique est maintenant omniprésente dans tous les domaines. Nous développons en parallèle un service marketing et digital pour asseoir la notoriété d'INTERPLAST et développer notre visibilité notamment sur le média internet et sur les réseaux sociaux. Nos clients auront ainsi une information et un accès permanent à tous nos produits, nos innovations et nos évolutions. Commercialement, la France est divisée en zones géographiques. Tous nos secteurs d'activité sont animés par un chef des ventes qui gère le développement de son équipe. Ensuite, chaque responsable de secteur est le chef d'orchestre de la relation avec son client. Que ce soit pour la présentation de notre société ou de nos produits pour des questions de livraison, règlement, prix, SAV ou autre, nos clients ont toujours leur interlocuteur unique qui saura leur répondre et ainsi développer un partenariat privilégié.

Les différents pôles sont des équipes dédiées ?

S.R : Oui, car s'il y a un langage commun pour les tubes et les raccords, le

métier est complètement différent selon que l'on travaille dans les Travaux Publics ou la Piscine par exemple. Les typologies de produits et de clients ne sont pas du tout les mêmes. De ce fait, nos équipes ne sont pas vraiment interchangeables. Prendre un nouveau secteur n'est pas chose facile chez nous et nécessite obligatoirement une nouvelle formation spécifique pour le vendeur. La spécialisation est une chose très importante. Sur l'activité Bâtiment nos vendeurs sont maintenant spécialisés par enseigne. Dans la piscine, cette démarche est plus compliquée car chaque secteur compte de nombreux pisciniers indépendants en plus des réseaux nationaux.

Depuis quand êtes-vous sur le marché de la Piscine ?

S.R : Depuis 25 ans. A l'origine nous ne proposons que les tubes et raccords PVC pression. Puis nous avons été les premiers en Europe à proposer le tuyau spiralé sur le marché de la piscine.

Tuyau spiralé
BARRIERFLEX® CDS

C'est notre Président fondateur, qui a découvert ce produit lors d'une visite au Salon de la Piscine de Las Vegas. Il en a rapporté un échantillon pour faire fabriquer un produit identique par notre usine partenaire en Italie, et c'est ainsi qu'a démarré notre histoire dans le monde de la Piscine. Depuis maintenant 10 ans, notre gamme ne cesse d'être développée. Notre catalogue de presque 200 pages propose à nos clients 99 % du matériel qui leur

est nécessaire pour la réalisation d'une piscine. Notre offre s'étend de la filtration jusqu'aux pièces à sceller, en passant par le traitement de l'eau, les revêtements, mais aussi les volets, et bien sûr la plomberie...

Eric Millet a énormément contribué au développement de ce service et continue de partager son expérience avec l'équipe. Son poste est très particulier puisqu'il s'occupe à la fois des relations fournisseurs, du référencement de nouveaux produits, mais aussi du développement commercial Export.

E.M : Avant tout, la qualité des produits est notre première préoccupation. Mais nous tenons à différencier notre gamme en proposant des produits moins diffusés par ailleurs et en les préservant au maximum de la vente sur internet. D'ailleurs nous personnalisons maintenant de plus en plus de produits pour mieux maîtriser leur distribution. Nos clients ont ainsi plus de choix et peuvent se différencier à leur tour.



Catalogue PISCINE 2017

S.R : Ce qu'il est important de retenir, c'est que la stratégie d'INTERPLAST permet aussi à nos clients de retrouver des marges. Lorsque tout le monde propose le même produit, la seule différence qu'il reste est celle du prix et ceux-ci vont invariablement tendre à la baisse.

Et en piscines de collectivités ?

S.R : Nous sommes l'une des rares entreprises à stocker et à commercialiser les tubes et raccords PVC du Ø 20 au Ø 400, ce qui nous permet une grande réactivité pour des livraisons directement sur chantier. Nous proposons aussi à nos clients des pompes, des filtres, des armoires, des appareils de traitement et de déshumidification adaptés à leurs besoins spécifiques.

Comment mettez-vous en avant votre gamme piscine chez vos clients ?

E.M : Notre catalogue est actuellement un de nos premiers outils de communication. Il est, d'une certaine façon, notre représentant permanent chez nos clients. Il appartient ensuite à nos vendeurs de bien connaître leurs produits, pour les présenter de la façon la plus simple possible et, osons le dire "convaincre nos clients" !

S.R : Un impact visuel fort avec image(s) est nécessaire et c'est d'ailleurs pour cela que nous avons conservé le catalogue papier. D'autre part, notre présence au Salon de la Piscine à Lyon permet à nos clients de nous rencontrer et voir concrètement nos produits pour ceux qui ne les connaissent pas encore.

A ce titre faites-vous des formations chez vous ?

S.R : Oui, sur tous les produits. Le vendeur a besoin d'un niveau de technicité poussé pour pouvoir présenter le produit en quelques mots simples. Notre position est d'être très pédagogue. Pour les produits plus techniques, les fournisseurs viennent directement chez nous pour nous les présenter, afin qu'ils n'aient plus de secret pour nous sur le plan technique et commercial. Bien sûr en interne, il y a une formation pour les nouveaux vendeurs à leur arrivée et une formation continue dispensée par les responsables d'animation des équipes.

E.M : Travailler par téléphone oblige nos vendeurs à être encore plus professionnels. Ils doivent parfaitement connaître leurs produits pour tenir un discours simple, clair mais complet. C'est aussi de ce professionnalisme que nos clients ont besoin.

Pouvez-vous nous parler des nouveautés de cette année ?

E.M : Bien sûr. En 2017 nous innovons en proposant les filtres à sable Poséidon™, fabriqués par Pentair et équipés de la technologie ClearPro® permettant une finesse de filtration de 10µ au lieu de 40µ.



Filtre à sable Poséidon™
Pentair

Qualité de filtration avec la technologie
ClearPro®

En complément des pompes haut de gamme EUROSWM fabriquées par DAB, nous proposons maintenant 2 pompes à vitesses variables : l'[E] WINNER, avec une programmation des plus simples et l'[E] SWIM avec son moteur refroidi par eau lui apportant ainsi un niveau sonore extrêmement faible. Outre toutes ces fonctionnalités, antigel, Quick-clean, anti-lock (...), ces pompes permettent aussi permettent aussi aux clients de choisir



Pompe à vitesse variable [e] Swim

entre un fonctionnement à vitesses variables ou à débits variables. Par ailleurs, notre gamme de Piscines Bois s'est enrichie de modèles à débordement et de caches en bois

pour toutes les pièces à sceller pour une harmonie totale. Nous proposons aussi le robot Saphir® qui privilégie le fond du bassin (70% de son cycle). Celui-ci est la parfaite illustration d'un produit spécialement fabriqué pour INTERPLAST par Aquabot® et dont nous maîtrisons parfaitement la distribution. C'est une marque déposée avec un packaging clair et efficace, une vraie aide à la vente en magasin car le client final peut facilement voir toutes les fonctionnalités du robot.



Régulateur de pH Redox

Une plateforme logistique de 36 000 m² pour une livraison efficace

Pour répondre aux exigences du marché en termes de livraison, et garantir la satisfaction de ses clients, INTERPLAST a confié sa logistique à une plateforme dédiée, elle aussi appartenant au même groupe italien EUROCONDOTTE. Sa situation géographique (Grenay, dans la banlieue Lyonnaise, une des plus importantes zones logistiques européennes) permet d'éviter tout problème de transporteur tant en affrètement qu'en messagerie. Toute la logistique depuis la réception de marchandise, la préparation de commande, son expédition, son suivi jusqu'à sa traçabilité y est traitée. Cette stratégie permet à la société une garantie de livraison rapide, fiable, et efficace. En outre, cette plateforme répond aux besoins d'un stockage contraignant comme l'est celui des tubes en 4 ou 6 mètres.



Le Warehouse Management System (WMS), pivot de cette logistique, pilote le stockage et la préparation des commandes dans un bâtiment construit de 10 000 m², sur 12 m de hauteur. Des charriots munis d'un mas tri-directionnel sont filoguidés et sont gérés par informatique. Ils vont directement à l'adresse du picking, qui lui reste manuel. Une autre zone est destinée au stockage avec une entière gérée par informatique et codes-barres. Ce système a imposé un investissement important pour pallier aux éventuelles pannes électriques ou informatiques.



LA COMBINAISON GAGNANTE POUR LE NETTOYAGE DE VOTRE PISCINE!



BLUEFURY® GT

NETTOYEUR À PRESSION



BLUEFURY® LITE

NETTOYEUR À PRESSION



BLUEFLO™

SURPRESSEUR AVEC PROTECTION
ELECTRONIQUE

LE PREMIER SURPRESSEUR DOTE DE
PROTECTIONS CONTRE:



WWW.PENTAIRPOOLEUROPE.COM



FILTRINOV s'est agrandi !

Comme prévu, les frères Maxime et Fabien SAUSSAC, Dirigeants de Filtrinov, viennent d'agrandir leurs locaux de production. Après une très bonne année 2016, l'entreprise familiale, spécialisée notamment dans la fabrication de groupes de filtration (blocs et murs filtrants), démarre 2017 dans l'optimisme, ayant lancé depuis peu un tout nouveau mur filtrant.

Maxime Saussac : Après une très bonne année 2016, nous démarrons 2017 sous les meilleurs auspices, avec le lancement de notre nouveau mur filtrant, très bien accueilli par les professionnels lors du salon lyonnais, et de notre nouvel outil de travail. Nous nous sommes agrandis, comme c'était prévu. Nous avons construit un nouveau bâtiment de deux fois 400 m², sur deux étages, livré en août dernier. Cette nouvelle structure va nous permettre de stocker facilement tous nos accessoires, pièces, matières premières et produits finis.

avec notre outil d'origine, et lorsque le bâtiment neuf a été terminé, nous avons pris peu à peu possession des nouveaux lieux. Désormais, nous occupons la totalité de sa surface. Nous nous en servons pleinement pour la saison 2017, d'autant que nous envisageons de doubler la production des murs filtrants.

Vous avez agrandi en construisant sur un bassin existant, attendant à votre entreprise ?

Fabien Saussac : En effet, à proximité, nous disposons via notre autre société TMI, d'un bassin en béton de 400 m², sur une profondeur de 5 m. N'étant plus exploité, nous l'avons utilisé pour asseoir les fondations du nouveau bâtiment. La dalle du fond sert de sous-sol et nous avons coulé la dalle de l'extension au même niveau que nos locaux. Notre nouvelle construction est déjà aménagée, organisée de façon à optimiser la production. Nous y disposons de beaucoup plus d'espace pour stocker les matières premières et produits finis. L'atelier de production devient uniquement dédié à la fabrication, et non plus au stockage. L'objectif était également de permettre un plus grand stockage en fin d'année, jusqu'au milieu du premier trimestre, afin d'éviter de travailler en flux tendu lors de la pleine saison.

Cet agrandissement était vital pour votre expansion ?

Maxime et Fabien : En effet, cela devenait indispensable afin de pouvoir continuer à répondre aux besoins de nos

client, qui, sur nos produits, attendent un délai assez court, soit parce qu'ils s'y prennent très tard, soit parce qu'ils ont beaucoup de demandes, soit pour les deux raisons. Les ventes croissantes nécessitaient un aménagement pour tenir ces délais.

De plus, nous avons doublé notre équipe commerciale, avec pour objectif de visiter près de 90 % de nos clients, une ou deux fois dans l'année (en fin d'année, début d'année et une fois en tout début de saison).

Ils font de la prescription et de la prospection avec des offres d'exposition. Nos produits seront ainsi de plus en plus exposés.

Comment se porte l'export ?

Très bien aussi. Nous connaissons un vrai succès en Italie, grâce à notre commercial local David Coniglio. Nous envisageons de nous étendre à présent en Espagne, où le marché de la piscine semble bien repartir.



Maxime et Fabien SAUSSAC



Le mur filtrant

La construction ne vous a pas trop perturbés dans votre organisation ?

Non, car il est situé en annexe de la société. Pendant toute la construction nous avons continué à travailler



Le fond de l'ancienne piscine (5 m de haut) qui supporte le nouveau bâtiment va être aménagé pour stocker les matières premières et produits finis



L'extension (2 x 400 m²) visible, à gauche du bâtiment original



Vue partielle du stockage

Un « Joly » partenariat pour Alliance Piscines !

Sponsor de Jeremy JOLY depuis plus de 10 ans, Alliance Piscines a cru dès les débuts en ce jeune pilote français de MotoCross (Enduro). Un partenariat qui fonctionne et qui est prévu pour durer encore !

En effet, cette année, sous de nouvelles couleurs et toujours avec le soutien sans faille du fabricant français de piscines coques, Jeremy tentera de remporter un nouveau titre.

Son palmarès à seulement 28 ans :
4 fois Champion de France,
1 fois Champion d'Europe,
3 fois Champion du Monde avec l'Equipe de France, 1 fois Champion du Monde Junior et Vainqueur des 24h moto TT. Sans nul doute un excellent choix pour Alliance Piscines...



info@alliancepiscines.com
www.alliancepiscines.com

Séminaire annuel Bel'O

Comme chaque année, les adhérents du réseau Bel'O se sont réunis pour leur séminaire annuel, en Drôme provençale. L'occasion pour ces professionnels spécialistes de la piscine, du bien-être et de l'arrosage, d'échanger et de partager entre eux leurs expériences, de bénéficier d'une formation sur les nouveaux produits (grâce à la participation des partenaires de l'enseigne, Zodiac, Bayrol et APF), mais aussi de rencontrer nouveaux arrivants au sein du réseau.



Archive séminaire 2016

Ce fut le cas notamment avec Nicolas Pujol, Dirigeant du magasin IRR1 66, situé au Soler (66), qui intégrait le réseau en 2016.

Deux adhérents ont changé de propriétaires tout en renouvelant leur confiance au réseau Bel'O. Chez PCC, à La Crau (83), Laurent de Pins laisse la place à son fils Pierre-Louis et à son technicien Laurent, qui reprennent les rênes de la société. De son côté, Christophe Estournet cède son magasin Destination Piscine (30) à Monsieur et Madame Bardin.

commerce@bel-o.fr / www.bel-o.fr

QUAND BAYROL INNOVE TOUT LE MONDE SE SENT MIEUX !



Découvrez la nouvelle gamme
de galets Chlorilong® et dites adieu aux
odeurs de chlore dans votre showroom !



Une nouvelle segmentation pour la plus grande
satisfaction des consommateurs.

Grâce à la capsule Clorodor Control® intégrée à
tous les seaux*, vous allez sentir la différence !



* La capsule Clorodor Control® absorbe l'odeur de chlore qui émane des seaux.

BAYROL France SAS
Chemin des Hirondelles
BP52-69572 Dardilly Cedex
Tél. 04 72 53 23 60
www.bayrol.fr

BAYROL
your pool & spa water expert

Utiliser les produits avec précaution. Avant toute utilisation, lire l'étiquette et les informations concernant le produit. BAYROL France SAS, RCS de Lyon 308 979 478

La Plateforme Logistique Hydralians à Aimargues

A l'occasion d'une journée de présentation des Métiers de l'Eau dans le Groupe Descours & Cabaud le 26 janvier 2017, nous avons pu découvrir La Plateforme Hydralians Logistique à Aimargues (30) près de Lunel.

Cette plateforme de 9000 m² regroupe tous les approvisionnements des matériels piscines, arrosage, pompage, fontaine, éclairage paysager et traitement de l'eau.

Cette impressionnante exploitation composée de 3 cellules de 3000 m², un parc extérieur de 5000 m², une surface de bureaux d'environ 400 m², dispose de bâtiments Haute Qualité Environnementale et d'un bâtiment déclaré ICPE (installation classée pour la protection de l'environnement). Elle s'inscrit également dans les objectifs de développement durable du « Positive Program » de Descours & Cabaud par le tri et la valorisation des déchets d'exploitation (film polyéthylènes d'emballage, cartons, palettes).



Luc ARMAND, Didier HOTTE et Gilles SOILLY



Tour Kardex pour stocker les pièces détachées

Son local de charge, classé ATEX., comprend un conséquent dispositif de 18 machines d'exploitation:

- 7 chariots de préparation de commande
- 3 chariots rétract
- 2 chariots frontaux pour chargement et déchargement des camions
- 2 chariots à moteur thermique pour l'extérieur
- 4 gerbeurs pour manutention de palettes



Stockage de plus de 12 000 articles

De cette plateforme sont ainsi gérés la réception et le rangement des marchandises, la préparation des commandes et leur expédition.

Répartis sur 6 quais, 100 m² sont dédiés à la réception des marchandises. Un système de rangement par scanettes a ainsi permis de gérer 9500 arrivages en 2016.

L'arrangement des marchandises se fait sur 9750 emplacements picking et 5710 emplacements de palette en réserve. 12000 articles en plan de stock et le dimensionnement des emplacements picking permettent d'assurer 4 mois de stock. La préparation des commandes est organisée par zone en fonction du type de préparation adéquat : préparation par roll et conducteur porté ou préparation par système vo collect.

Le contrôle fin de chaîne et la palettisation s'exercent sur une surface de 1000 m² par un automate de contrôle pondéral et de tri (Intellis Savoye) d'une part et par un contrôle qualitatif des colis éjectés d'autre part. 20 zones sont aussi dédiées au regroupement des différents colis pour une même commande.

Quant à l'expédition des marchandises, elle est assurée par 2 transporteurs messagerie et 2 transporteurs express.

Au final, en 2016, 26000 commandes ont été préparées et 170 000 colis expédiés, avec un très faible taux de litiges (0,7%) annoncé par Hydralians.



Poste de lancement des préparations de commandes

Cette logistique de pointe requiert une organisation conséquente. Ainsi, hors saison, un effectif de 17 personnes est nécessaire : 6 personnes pour la réception, 6 pour la préparation, 2 pour l'expédition et 3 personnes pour l'encadrement. En saison, de mars à août, le nombre de personnels est plus que doublé (40 personnes) et deux équipes de préparation sont actives de 6h à 21h.

Le site dispose également d'un centre de formation théorique et pratique avec 2 salles de réunions équipées de vidéo projecteurs délivrant plusieurs formations en espaces verts (pompe immergée, gestion centralisée, arrosage).

Le Groupe Descours & Cabaud possède également une autre plateforme à Arles, destinée aux produits chimiques.



ENSEMBLE PLONGEONS VERS L'AVENIR



BIENVENUE AU SEIN D'UN RÉSEAU QUI MUTUALISE LES ÉNERGIES DE TOUS ET LES EXPÉRIENCES DE CHACUN

1 GAGNEZ EN RENTABILITÉ

en optimisant les **volumes d'achat** et les **conditions fournisseurs**.

2 GAGNEZ EN SÉRÉNITÉ

en intégrant un groupe dirigé par un réel **esprit d'équipe**.

3 GAGNEZ EN EFFICACITÉ

en **partageant votre savoir-faire** avec des professionnels qui vous ressemblent.

4 GAGNER EN DISPONIBILITÉ

en utilisant un **service d'achat dédié**.



Tout savoir sur
La Coopérative des Pisciniers

**VOUS ÊTES PISCINIER INDÉPENDANT
ET VOUS SOUHAITEZ LE RESTER ?**

REJOIGNEZ-NOUS !

www.cooperative-pisciniers.com
contact@cooperative-pisciniers.com

BAYROL TECHNIK au service de l'innovation

Investi depuis près de 30 ans dans le développement



d'appareils de régulation automatique destinés au traitement de l'eau des piscines et des spas, BAYROL se dote de nouveaux moyens lui permettant d'élargir son offre pour ce type de produits. Le département BAYROL TECHNIK vient de voir le jour, basé à Munich en Allemagne, avec pour objectif de se consacrer entièrement à l'automatisation du traitement de l'eau. Il mettra donc à profit l'expertise de la marque en termes d'analyse et d'équilibre de l'eau pour créer de nouveaux produits. Une compétence déjà mise en exergue par BAYROL par le développement de systèmes performants d'analyse et de dosage du pH et des désinfectants, tels que PoolManager®, Pool Relax et Analyt. Ces derniers sont reconnus par les utilisateurs en Europe pour leur qualité de conception et leur haute technologie. BAYROL TECHNIK viendra ainsi donner une meilleure visibilité à cette offre, considérée comme stratégique, et stimuler l'innovation dans ce domaine.

bayrol@bayrol.fr / www.bayrol.com

Le bilan très positif de Piscines Magiline

Comme tous les grands concepteurs-fabricants de piscines, Piscines Magiline tient son séminaire chaque année. En février dernier, ce rassemblement des concessionnaires Magiline de France, comptait plus d'une centaine de participants venus échanger leur expérience, durant l'une des 4 sessions organisées pendant 2 semaines. L'occasion d'aborder le bilan 2016 et les futurs enjeux, avec notamment un plan d'action ambitieux pour 2017.

Le bilan annoncé était très positif, faisant état d'une progression de 20 % du nombre de piscines vendues pour la marque, ainsi que de l'arrivée de 12 nouveaux concessionnaires, en 2016. Ce sont 150 concessionnaires qui sont actuellement répartis sur 4 continents (25 pays), parmi lesquels 90 points de vente dans l'hexagone.



En 2017, de nouveaux outils marketing seront mis en place pour mettre en avant les concessionnaires. La marque de piscines vient de lancer sa nouvelle campagne de publicité annuelle, avec un nouveau spot télévisé diffusé sur TF1, France 2, France 3, France 5 et BFM Tv.

Son slogan : « Votre piscine comme par magie... comme par Magiline ! »

L'idée centrale : plus besoin de partir sous les tropiques pour s'évader, comme par magie, avec Magiline, le rêve est possible à domicile...

contact@magiline.fr / www.piscines-magiline.fr

Convention annuelle d'Alliance Piscines 2017

C'est dans le cadre prestigieux du Palais des Papes d'Avignon que s'est tenue la « Grand Messe » Alliance Piscines 2017 !

Plus de 180 personnes avaient fait le déplacement pour participer à ces 2 journées d'informations et d'échanges pendant lesquelles, Daniel ROMAN et toute l'équipe d'Alliance Piscines ont présenté les nouveautés 2017 (piscines, local technique, assistant de vente 3D, site web et plan média), mais aussi fait le point sur la belle saison écoulée.



Edgar GROSPIRON

Une salle d'exposition spécifique permettait de rencontrer les fournisseurs partenaires du réseau afin de connaître les nouveautés, les conditions spéciales, mais aussi de faire le point ou tout simplement de faire connaissance pour les nouveaux distributeurs.

La mise en place de plusieurs Challenges Vendeurs et une séance inspirante de coaching de 2 heures avec Edgar GROSPIRON (médaillé Olympique et champion du monde de ski de bosse) a motivé tout le monde pour la saison 2017 !

Dans le cadre de cette convention, une intervention sur l'actualité des méthodes de recouvrement et les modalités de gestion des litiges a été animée par la direction juridique du groupe.

« Nous sommes coutumiers de ce type d'informations auprès de nos distributeurs ; que ce soit juridiquement, commercialement ou techniquement, cet accompagnement global est inscrit dans l'ADN du groupe », nous dit Daniel ROMAN (Président fondateur de la société). « C'est ce qui fait le lien, le ciment de notre réseau : ce côté paternaliste et familial qui reste toujours respectueux de l'indépendance des distributeurs et sans jamais s'immiscer dans leur gestion, mais qui s'intéresse à leurs préoccupations. Cet esprit de service doit se retrouver dans chaque branche du groupe Léa Composites afin d'aider les membres du réseau Alliance Piscines.

Ainsi, le département juridique vient d'être renforcé tant pour nos besoins en interne que pour le soutien de nos distributeurs en cas de besoin. Il en est de même avec notre bureau d'étude, les responsables d'usines le service marketing, le service des achats ou encore le service commercial, également en pleine croissance, avec ses animateurs et développeurs de Réseau expérimentés. »

info@alliancepiscines.com
www.alliancepiscines.com



La force de vente Diffazur au grand complet pour son séminaire en Provence

Séminaire de vente Diffazur Piscines Les 09 & 10 février à l'isle sur la sorgue

L'ensemble de la force de vente Diffazur s'est réuni autour de M. et Mme Benielli, les fondateurs de l'entreprise, les 9 et 10 février dans le joli Domaine de « La Petite Isle » à l'Isle sur la Sorgue dans le Vaucluse.

Ces deux journées, animées par Thierry Parola (Directeur Général adjoint), David Nivalle et Laurent Derriennic (Directeurs des Ventes), ont permis à la direction commerciale, aux chefs d'agences et aux 40 commerciaux des 16 agences Diffazur de se réunir et de travailler ensemble, pour que l'année 2017 soit encore meilleure que l'année passée.



Thierry PAROLA



Laurent DERRIENNIC et David NIVALLE

Au programme : Résultats 2016, Objectifs 2017, Revue des fondamentaux & Ateliers de travaux pratiques.

Ces deux journées ont également permis aux recrues 2016 d'être présentées officiellement et de découvrir l'ensemble de l'équipe commerciale.

Le séminaire s'est clôturé par une agréable soirée de gala permettant de donner une touche festive et conviviale à ce séminaire.

David Nivalle (depuis 24 ans dans l'entreprise) et Laurent Deriennic (depuis 17 ans) ont été promus depuis le début de l'année 2016, Directeurs des Ventes, avec la lourde tâche d'animer la quarantaine de commerciaux des 16 agences Diffazur réparties sur toute la France. « Notre travail consiste à chapeauter, encadrer les différents commerciaux - travail de coaching, remise à niveau, suivi et accompagnement sur le terrain pour certains gros projets. Nous assurons aussi la formation des nouveaux arrivants. Les formations ont lieu à St Laurent du Var, au siège de l'entreprise et en visioconférence. Le recrutement a permis de renforcer les agences de Montpellier, Marseille, celles du Var, Paris et Bordeaux. Notre dernière agence a été ouverte à Annecy, l'an dernier ».

Pour Thierry PAROLA, Directeur Général Adjoint :

« Ce séminaire de vente qui a lieu tous les 2 ans, vise à regrouper la force commerciale pour maintenir la cohésion du Groupe, revenir sur les bases essentielles comme la qualité de notre produit et les avantages indiscutables de notre marque.

L'effectif est en train d'augmenter, les résultats suivent, donc il faut continuer cet effort de motivation. Nous sommes dans une phase de recrutement active et l'intégration de nouveaux vendeurs permet de constater une augmentation du CA significative.

La saison 2016 a été particulièrement positive il est vrai que le marché s'est retourné et la demande a été assez importante. De plus, nous avons décidé de changer, début 2016, d'organisation en matière commerciale. En ayant créé 2 postes de Directeurs des Ventes avec une action terrain évidente puisque ce sont 2 anciens Chefs de Projets issus de l'entreprise, cela nous a permis d'être beaucoup plus présents au sein des agences avec une dynamisation sur le terrain, qui s'est concrétisée déjà au bout d'un an par d'excellents résultats !»

contact@diffazur.fr / www.diffazur.fr

pour les professionnels depuis plus de 20 ans

MASTIC-COLLE PROFLEX

N°1 depuis 1995 en qualité et services, pour les professionnels qui savent faire la différence.

MULTI-UTILISATION EN MILIEU HUMIDE ET SEC

Fixer, Réparer, Coller, Jointer, Décorer **DANS L'EAU**

EXCELLENTE ADHÉRENCE SUR TOUS SUPPORTS PROPRES, SECS, HUMIDES ET PEINTS

- Blanc
- Gris
- Noir
- Transparent
- Sable
- Bleu

- Sans primaire
- Polymérisation rapide à basse température
- Peut être peint
- Résiste aux U.V.
- Fongicide, inodore
- Reste souple
- Sans solvant ni silicone
- Sans isocyanate
- Résiste au vieillissement
- Joint colle universel
- Contenance 310 ml

PROFLEX Hybrid 6^e génération

Excellente adhérence sur :

- Aluminium, Zinc, Acier, Laiton, Cuivre, Inox, Bois, Miroir, Verre,
- Céramique, Béton, Marbre, Faïence, Brique, Plâtre, P.V.C., Polyester,
- Résine époxyde, Polystyrène, ABS, Polycarbonate, Toile, Bâche, etc.

AFG Europe SAS

30, parc du Millénaire - 3025, avenue Henri Becquerel - 34000 MONTPELLIER

Tel. +33 (0)4 67 20 40 77 - Fax +33 (0)4 67 20 40 20 - alg2europe@gmail.com

Le point sur l'année Ocedis

Claude Hardy, président du groupe Ocedis, nous a reçus fin février afin de faire le point sur l'année écoulée et les perspectives en 2017.

Inutile de présenter Ocedis, qui en quelques années a pris une place prépondérante dans le domaine du traitement des eaux.

Qu'en est-il de votre année 2016 et que pensez-vous sur 2017 ?

Cette année 2016 a présenté un chiffre d'affaires en hausse et une clientèle satisfaite.

Quant à 2017, je peux vous dire qu'en fin janvier nous avons atteint une augmentation de 25%. C'est chez nous du jamais vu. Il y a 3 ans, une bonne partie de ma force de vente est partie à la retraite. Eh oui ! Mais les remplaçants aujourd'hui justifient ce résultat si efficace.

Rappelez-nous l'historique d'Ocedis et votre parcours professionnel.

J'ai créé la société en 2003 après 30 ans d'expérience dans le domaine du traitement des eaux de piscine.

Depuis le début d'Ocedis, nous sommes implantés à Trévoux (au nord de Lyon). Aujourd'hui le groupe dispose de filiales au Maroc (Agadir), au Sénégal ainsi que de La Maison de la Piscine à Bordeaux qui est spécialisée dans les équipements pédagogiques, sportifs, aires de jeux d'eau... pour les collectivités.

Nous avons également fusionné avec MelFrance à Pertuis, société spécialisée dans les matériels pour le traitement des eaux de piscines.

Ainsi, aujourd'hui, cela nous permet d'être présents sur le marché du traitement de l'eau, de l'analyse et injection des produits ainsi que l'équipement et l'animation des piscines.

Dans une stratégie de développement à l'export on a créé la marque MelWater pour le traitement des eaux domestiques et industrielles : adoucisseurs (osmose inverse), stations d'épuration et traitements des eaux potables.

Comment voyez-vous le futur ?

Aujourd'hui, mes 2 fils Julien et Romain sont venus me rejoindre. Romain fait partie du groupe depuis 10 ans dont 3 ans en tant que responsable de la filiale marocaine. Maintenant, il est au siège comme directeur général. Quant à Julien, il est chargé de la direction technique.

Nous nous donnons les moyens de progresser. C'est 15000 m² de couvert, un groupe de 80 personnes au service de l'eau et un chiffre d'affaires de 28 millions d'euros. Je vois donc positivement le futur.

Quelques mots sur Ocedis

Ocedis est un groupe situé dans le haut de gamme. C'est ainsi qu'un gros budget est consacré à la recherche et au développement avec un contrat de partenariat avec la faculté d'Amiens, l'université de Picardie – Jules Verne.

En production, nous consommons plus de 8000 tonnes de solides et 10000 tonnes de matières premières liquides. Notre ingénieur chimiste Thibault Osepien contrôle au laboratoire les produits entrants et sortants.



Thibault OSEPIAN
Ingénieur chimiste au
laboratoire de contrôle



Julien, Claude et Romain HARDY

L'export est l'axe principal de développement de notre groupe, que ce soit sur l'Europe et sur le continent africain.

Et à propos de la nouvelle réglementation biocide ?

Ocedis est partie prenante et 2 personnes sont détachées pour suivre cette réglementation. Le but de celle-ci est d'éliminer les produits inefficaces ou dangereux pour l'homme ou l'environnement. Il était temps que cette réglementation existe. Cela évitera par exemple de voir sur le marché des anti-algues à base de mercure ou des produits avec des concentrations en matière active beaucoup trop faibles. Cette réglementation présente pour nous un coût indiscutable mais tellement indispensable pour le sérieux de notre profession.

Il existe une réglementation sur le rejet des eaux de piscine dans le réseau public, malheureusement peu suivie.

Ocedis sensible à l'environnement a créé pour cela un déchlorinateur d'eau de piscine : l'OVY GREEN, à raccorder sur le circuit de vidange du filtre, afin d'éliminer le chlore de l'eau de lavage du filtre, de façon à pouvoir réutiliser éventuellement cette eau pour d'autres usages : arrosage... Les professionnels ont l'obligation de respecter cette réglementation ou du moins de proposer cette solution.

Vous assurez l'étiquetage personnalisé pour vos clients.

Effectivement, c'est plusieurs centaines d'impressions réalisées chez nous. Nous devons procéder pour tous les produits de notre gamme aux déclarations obligatoires depuis la réglementation biocide en vigueur (septembre 2015). Ces déclarations sont également effectuées pour tous les étiquetages personnalisés de nos clients, leur évitant ainsi ces démarches et ces frais.



Imprimantes étiquettes et stockage rouleaux / étiquettes.



PISCINE URBAINE

hors-sol / semi-enterrée / enterrée

ma belle piscine où je veux, quand je veux !



4,20 m x 3,50 m

avec couverture automatique intégrée



6,00 m x 2,50 m

avec couverture automatique intégrée

Le meilleur de la technique et de la sécurité

Dotée d'une couverture automatique immergée, conforme à la norme de sécurité sur les piscines, Piscine Urbaine vous assure une sécurité optimale, doublée d'un confort accru d'utilisation.



Fabricant Français

PROCOPI.COM

ProSwell
by PROCOPI

Une journée exceptionnelle pour les apprentis BP de Pierrelatte (26)

Dans le cadre du parrainage des promotions BP Piscines 2015-2017 (32 apprentis) de Pierrelatte, le 24 janvier, le président Clément Chapaton d'APF recevait ces apprentis dans 2 usines : fabrication liners (Annonay - 07) et fabrication de volets immergés (Eures - 26).



en plein dedans et je ne saurais qu'encourager tous les professionnels à s'investir et se former sur ce très beau marché actuel et d'avenir ».

La fabrication des volets immergés

Après le repas offert par APF, c'est à l'usine de VR Production dans la Drôme (Eures) que Clément Chapaton nous conduit où nous sommes reçus par Serge Sapet, le directeur, responsable de ce site de productions. VR Production est une société indépendante créée en 2005. Elle fabrique des couvertures automatiques (dites volets immergés ou volets roulants) en lames PVC et polycarbonate. Aujourd'hui, dépendant également d'APF, il existe 2 autres usines identiques à celle-ci :



Serge SAPET
(Directeur VR Production)

La norme NF P90-308 prévoit que ce dispositif de sécurité n'est conforme que s'il dispose d'une position verrouillée (comme d'ailleurs également les barrières et les abris). Malheureusement les utilisateurs de ces couvertures automatiques considèrent que les attaches de sécurités (clips normés) sont une contrainte et peuvent freiner leur utilisation. Chez APF, conscient de cette contrainte, un grand projet R et D a permis de déboucher vers un système totalement automatique pour verrouiller et déverrouiller les couvertures. En 2014, ce nouveau concept breveté « Autofix » a été une vraie rupture technologique. Il rend réellement automatique (rapide et sans manipulation) le verrouillage et déverrouillage.



Manu MARTINEZ et Christelle MARSOT
(BP Pierrelatte), Clément CHAPATON (APF)

La fabrication des liners

Clément Chapaton nous précise qu'aujourd'hui, APF a le plus grand parc de machines d'Europe :

- 3 machines de découpe automatisée,
- 6 portiques pour assembler les fonds piscine de liner,
- 16 machines de finition qui servent à confectionner les escaliers et assembler l'intégralité des liners.



Pose embout lames / volet



Concept breveté Autofix pour
verrouillage et déverrouillage
du volet au bassin



Au 1^{er} étage du bureau d'études, c'est au balcon : Manu MARTINEZ et Christelle MARSOT (BP Pierrelatte) Clément CHAPATON (APF) Gérard HOUDIARNE et Alain BERNARD (formateurs BP), Serge SAPET (directeur usine).

« En 2001, nous fabriquons 90 liners par jour en pleine saison. Aujourd'hui, grâce à notre organisation industrielle et aussi grâce à notre parc de machines, nous avons une capacité de production de 180 liners par jour, capacité indispensable en pleine saison ».

On estime le parc existant de liners installés à environ 900 000 unités. Sachant qu'un liner a une durée de vie d'environ 10 à 12 ans, le marché du renouvellement est plus que jamais d'actualité.

C'est pourquoi, Clément Chapaton nous précise : « ce marché de la rénovation annoncé depuis des années, aujourd'hui nous sommes

Toulouse (Hydrovolets) et Massey (Hydrocover).

Comme l'exprime Clément Chapaton, « nous souhaitons développer la proximité avec nos clients professionnels. D'où des sites de production répartis sur toute la France ».

Aujourd'hui APF fabrique au total plus de 5 000 volets immergés et hors sol.

Aussi, Clément Chapaton souhaite que dans le futur : « 100% de nos productions soient équipées de ce système unique car il apporte un confort nouveau, incomparable pour l'utilisateur final. »

La journée technique des « Métiers de la Piscine » à Pierrelatte

Le jeudi 9 février, plus de 300 professionnels fabricants et constructeurs piscine se sont retrouvés pour participer à cette grande journée annuelle de rencontre.

Ce fut aussi des ateliers pratiques (pose de membrane armée ou de liner, application polyester, spas, filtration...), des conférences (juridique, technique, diplôme et concours...). La FPP avec son président Gilles Mouchiroud et Jean-Michel Susini, juriste permanent étaient également présents. Mieux que de parler, quelques photos expriment bien ce que fut cette journée si réussie.



Guillaume FAUCHER,
directeur commercial
Ocedis



Bernard LATRÈCHE
au stand Hayward



Alain BERNARD, Dr Nancie ROSATI (Présidente du Centre), Sylvain BERTOLINI (trésorier) chef d'entreprise.

Durant cette journée, Alain Bernard, formateur piscine et organisateur d'actions humanitaires (pour le dernier Téléthon par exemple) nous a fait rencontrer des responsables du Centre Ressource de Montélimar, entièrement dédié aux personnes atteintes d'un cancer ainsi que leur entourage.

Un chantier humanitaire pour un espace aquatique (piscine, spa, hammam) est prévu de fin octobre à décembre 2017. Il sera assuré par les apprentis BP Piscines et les élèves du lycée pro-bâtiment de Chomérac.

Alain Bernard procède à de nombreux contacts pour recevoir matériel et fournitures nécessaires à la réalisation de ce projet humanitaire.



Poolstar, une gamme importante de matériel et équipements



Isi-Miroir (Yann AQUILINA et Matthieu BOUVIER), ce nouveau système breveté intègre (construction ou rénovation) en un seul élément modulaire : goulotte, bac tampon, dispositif de réglage du niveau de l'arase.



Jean-Michel SUSINI et Gilles MOUCHIROUD, FPP



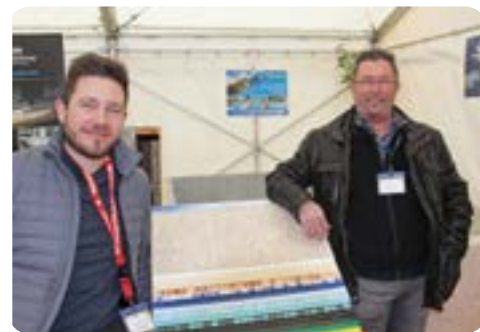
Volition Spas présentant sa nouvelle fabrication



Le coffrage polystyrène Keps



Jean-Noël MORAND Aqualift présente son nouveau concept breveté Easylift, un kit à monter soi-même comme fond mobile



Cédric et Jean-Luc MARCHAL
DLW Delifol

Des piscines qui tournent 12 mois par an

Chaque année, Monique BIGNONEAU, du Cabinet de formation BIGNONEAU, accompagnée de Richard CHOURAQUI dispensent aux Antilles des formations personnalisées, spécialisées en hygiène des structures sportives, traitement des eaux de piscines collectives et familiales et réglementations. Richard CHOURAQUI témoigne : « Les professionnels pisciniers travaillant en Martinique et Guadeloupe, même s'ils construisent et entretiennent des milliers de piscines à des milliers de kilomètres de la métropole, doivent avoir accès aux mêmes informations et formations que ceux de l'hexagone. D'autant plus que les piscines qu'ils gèrent fonctionnent non pas quelques mois par an, mais 12 mois sur 12 ! Ce qui représente un vrai challenge pour maintenir à flot tous ces équipements ! En effet, le matériel est rudement mis à l'épreuve, s'usant plus vite. J'estime qu'avec ce rythme, un an de fonctionnement d'un équipement dans les îles équivaut environ à 3 ans en métropole. Je suggère aux fabricants de tester leurs matériels dans les îles, où ils sont bien plus éprouvés. Ce qui est certain, c'est que le marché de la piscine, mais

surtout celui du spa est en pleine croissance, tout comme en métropole, constat encourageant pour la profession. Tant en Martinique qu'en Guadeloupe les publics nombreux se sont montrés intéressés et soucieux d'offrir des prestations



de qualité à leurs clients, familles ou hôtels. Nous félicitons les établissements DORN, en Martinique, et SAD, en Guadeloupe, qui ont su réunir pour ces formations autant de professionnels ! »

Les prochaines formations se feront en novembre 2017 à la Réunion, en janvier et avril 2018 aux Antilles.

formation@bignoneau.com / www.bignoneau.com

PoolCop présenté aux étudiants du BP Piscine de Grasse

En février dernier, M. François Charman, Formateur au Lycée professionnel des Métiers de la Piscine de Grasse (06), accueillait la société PCFR, venue présenter son système d'automatisation et de contrôle à distance de la piscine. Les étudiants de 2^e année, futurs pisciniers, ont ainsi pu profiter d'une présentation de PoolCop, cette solution novatrice qui leur permettra d'optimiser et de gérer efficacement à distance leurs interventions sur le parc de piscines de leur future clientèle. En parallèle, Quentin Pontonnier, ancien étudiant de l'UFA de Pierrelatte (26) et aujourd'hui Technicien expert en piscines connectées, leur a proposé une présentation théorique du dispositif, ainsi qu'un atelier pratique autour de l'installation de ce système dans les locaux techniques. Quentin leur a fait part de ses motivations quant au choix de PoolCop pour sa société : « En ciblant mieux mes interventions, en évitant des déplacements inutiles et en prévoyant les outils et consommables dont je vais avoir besoin, j'optimise mes tournées et je gagne du temps. Grâce à la vision à distance de l'état de mon parc de

piscines, je peux m'occuper de plus de clients et proposer une prestation plus adaptée à leurs besoins, tout en leur garantissant une piscine parfaite tout au long de l'année ». Un programme qui a suscité un grand intérêt, ainsi que de nombreuses questions pratiques de la part des futurs techniciens.



contact@poolcop.fr / www.poolcop.fr

Fabrication de
LINERS 75/100^e

NOUVEAUTÉ
2017

Cache poteau
WOOPY

Fabrication de
BÂCHES

Volets de
SÉCURITÉ

Terrasse
MOBILE

PVC armé
TITAN 150/100^e

WOOD

2 usines à votre disposition :

Fabrication de volets / bâches (DOURDAN) : 01 64 95 19 18

Fabrication de Liners (ST JEAN D'ILLAC) : 05 56 33 85 20

www.wood.fr
Made in France

FOIRES, SALONS, CONGRÈS

Les porteurs de projets HABITAT choyés à Foire de Paris

On ne présente plus Foire de Paris, le salon proposant l'offre habitat la plus complète d'Europe, reflet des tendances en matière d'habitation. En 2017, l'événement prendra ses quartiers comme chaque année Porte de Versailles, pour 12 jours consacrés au grand public, autour de 3 univers : Habitat, Gastronomie et Shopping. Au sein de l'univers Habitat, les visiteurs trouveront toutes les solutions à leurs projets : rénovation, ameublement, cuisine & salle de bains, aménagements extérieurs, avec bien sûr une belle part faite aux vérandas, piscines, spas... !

Du 27 avril au 8 mai prochains, la 113^e édition de Foire de Paris présentera un nouvel espace, le Village Déco, avec la

présence de l'animateur Stéphane Thébaut, ambassadeur du pôle Habitat cette année.

Le Village Déco réunira un espace de vente dédié aux marques tendance et design, ainsi qu'une aire interactive animée par des professionnels reconnus de la déco, sous l'étendard « happy design ». Lieu de conseils, consultations gratuites auprès d'experts, inspiration et aussi d'achat privilégié, cet espace offrira aux porteurs de projets l'opportunité de répondre à leurs envies et de les concrétiser, guidés par l'expertise d'architectes et de décorateurs chevronnés !



info.fdp@comexposium.com / www.foiredeparis.fr



**LE PLUS GRAND
SALON D'EUROPE
POUR LA MAISON**

#foiredeparis

**JEUDI 27 AVRIL
AU LUNDI 8 MAI**

PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES



COME X POSIUM

Nouveauté 2017 - Le Village Déco : crée et soutenu par 2 experts de la Déco, Sylvie Adigard, Nelly Rodi et avec la caution de Stéphane Thébaut ambassadeur du Pôle Habitat de Foire de Paris.

N'attendez plus pour réserver votre stand : Claire GONDRIY : 01 76 77 13 36
claire.gondriy@comexposium.com

1/2 MILLION DE VISITEURS EN 12 JOURS

Le marché de l'HPA vous tend les bras !

Le Sett, rendez-vous annuel des acteurs du marché de l'Hôtellerie de Plein Air, est un événement incontournable pour les professionnels du secteur de la Piscine et des Loisirs aquatiques. L'an passé, il accueillait plus de 580 exposants professionnels, venus à la rencontre de plus de 14 000 visiteurs 100 % professionnels. Ces derniers, dont beaucoup viennent au salon avec un projet d'investissement précis en tête, sont des décideurs, gestionnaires de camping, de chambres d'hôtes, gîtes, parcs de loisirs, villages vacances, hôtels, etc. Parmi les visiteurs en 2016, 24 % avaient pour principal intérêt les piscines, les plages et le bien-Etre, ou encore les jeux et loisirs.

Cette occasion de rassemblement fédère tous les métiers d'un marché en pleine croissance et permet aux professionnels de la filière de développer leurs ventes, présenter leurs nouveautés, se faire connaître, rencontrer les Tour-opérateurs et les groupements de campings.

Sur 10 000 campings recensés en France (1^{re} destination touristique européenne), les chiffres font état de 55 % d'entre eux non encore équipés d'une piscine, 89 % ne proposant pas encore de toboggans aquatiques et 92 % n'ayant pas abrité leur(s) piscine(s) !

Chaque année, les établissements de villégiature sont de plus en plus nombreux à vouloir répondre à la demande croissante des vacanciers pour des activités aquatiques. Une clientèle estimée à pas moins de 15 millions... Les prévisions de chiffres d'affaires des campings français parlent d'une



progression de 3 % en 2017 et 2018 ! L'Hôtellerie de Plein Air a connu ces 15 dernières années des investissements considérables, à hauteur de 6,6 milliards d'euros !

Le Sett ouvrira ses portes au **Parc des Expositions de Montpellier, les 7, 8 et 9 novembre 2017.**

Si vous souhaitez réserver votre stand ou pour toute demande d'info contacter : M. Jean François TEXIER - Tél. 01 76 61 83 00 jftexier@code-events.com.

salonsett@code-events.com / www.salonsett.com



SETT 2017

Leader européen des salons professionnels de l'hôtellerie de plein air

7/8/9
Novembre 2017
Montpellier

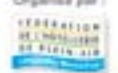
39^{ème} édition

RÉSERVEZ VOTRE STAND DÈS MAINTENANT
salonsett@code-events.com
01 48 25 18 70

+ de 14 000 Visiteurs
+ de 580 Exposants

www.salonsett.com

Commissariat général : 

Organisé par : 

En partenariat avec :     

BIEN RÉUSSIR LA VENTE EN FOIRES ET SALONS

LE TEMPS DES FOIRES EST REVENU

Nous avons demandé à Patrick Sanchez, notre fidèle chroniqueur des Métiers de la Vente, de nous parler des foires à l'orée de cette nouvelle saison. Nous retrouverons sa chronique habituelle sur les Métiers de la Vente dans le prochain numéro de Spécial PROS.

Patrick Sanchez est un spécialiste incontesté des Foires, riche de plus de 40 ans de carrière principalement menée sur les Foires du monde entier.

D'abord Vendeur sur foires, puis Directeur commercial gérant les foires internationales, il exerce depuis plusieurs années, en tant que Coach, Formateur et Consultant dans ce domaine.

Spécial PROS : Les professionnels des métiers de la Piscine ne sont généralement pas des spécialistes de ce type d'événement commercial, car ils ne participent qu'à quelques foires et salons dans leur région. Nous pensons que vous pouvez leur donner de précieux conseils pour, d'une part bien organiser leurs manifestations, et, pour faire en sorte qu'elles soient efficaces et rentables.

Patrick Sanchez : C'est toujours avec plaisir et passion que je parle de ce métier, que j'ai exercé dès les années 70 et pour lequel j'interviens encore en tant que Consultant et Coach. J'ai donc pu observer les mutations et les évolutions de cette spécialité. Certes, les marchés et l'environnement ont beaucoup changé et il faut s'y adapter, mais il y a aussi des constantes, ce qui rend cette spécialité passionnante.

Ce qui est certain, c'est que le nombre de visiteurs y est toujours très important et c'est bien cela le principal ! Je pense que la qualité des chaland s'est amélioré, notamment dans les salons thématiques, qui eux, deviennent des FILTRES de grande qualité.

Je vous propose de passer en revue les points importants sur ce sujet.

LES DIFFÉRENTS TYPES DE MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Il est important de bien différencier les différents types de manifestations, afin de bien cibler le type d'actions à y mener.

- **Les foires locales** généralistes des villes moyennes, que je nommerais « à l'ancienne ». En effet, les produits et services n'y sont pas segmentés. Le mélange des genres est de rigueur apportant un air festif et coloré : le marchand de crêpes voisin du marchand de pompes à chaleur, lui-même à côté d'un démonstrateur bruyant et très entouré, etc.
- **Les foires régionales** des villes moyennes qui ont su évoluer en organisant une segmentation relative. Cela permet d'offrir une meilleure cohérence et évite des voisinages « mortifères », mais ne permet pas de filtrer les chalands, car ils passeront néanmoins partout.
- **Les foires internationales** des grandes villes. Les produits et services sont regroupés par secteur, ce qui segmente en grande partie les visiteurs. La qualification des prospects est dans ce type de manifestation est d'autant plus bonne que les chalands viennent souvent de loin et une seule journée et consacreront en général leur temps de visite à des besoins et envies ciblés.
- **Les salons thématiques** : Habitat / Décoration / Remise



en forme, etc. Tous ces salons sont devenus des endroits incontournables, car ils représentent des manifestations **ultra segmentaires** !

Plus que toute autre manifestation, ils drainent des visiteurs **fertiles* et fertilisables*** uniquement.

QUELS SONT LES TYPES DE VISITEURS SUR LES FOIRES ET SALONS ?

Je liste ici un court rappel des types de prospects au regard de nos produits et services, termes que j'emploie très souvent dans mes Chroniques sur les Métiers de la Vente.

Pour les différencier j'ai choisi une terminologie « terrienne » qui me semble très explicite :

1. Aride : Le prospect n'a aucun déclic d'envie, aucun besoin de votre produit → à abandonner.

Attention ! Ce type de badaud est mortifère sur les foires. Il vous mange votre temps et votre énergie. Vous devez le détecter à l'aide de questions ciblées... Et poliment l'abandonner.

2. Sec : Son envie n'est pas là, il vous découvre par hasard... → Prospect à relancer régulièrement pour être là au moment du déclic.

Attention ! Ce type de prospect est difficilement mutable dans la « catégorie supérieure », il est préférable de le « fichier » et de passer le moins de temps possible avec lui.

3. Fertilisable* : Le terrain de prospection est fertile → Plantez vite et récoltez...

Attention ! Ce type de prospect est le plus facile à convaincre si l'on pratique un Plan de Vente structuré basé sur l'ENVIE. Il n'est pas encore assailli par la concurrence, donc ses ENVIES peuvent décoller très vite. Ce type de prospects est la matière favorite des Vendeurs d'élite !

4. Fertile* : Le prospect est mûr, prêt à être cueilli. Précautions : il sait ce qu'il veut et se trouve face à une multitude de concurrents.

Attention ! Ce type de prospect paraissant le plus « chaud » est en réalité le plus difficile à « marquer », car il a un choix énorme devant lui, un choix qui augmente plus ses objections que ses envies.

→ Il doit être traité avec précision. Une vente ONE-SHOT s'impose, car s'il recommence un tour dans le manège des concurrents, il risque fort soit de se laisser attraper par des plus forts que vous, soit d'abandonner et de reporter son achat.

UN PEU D'HISTOIRE !

QUE VIENNENT CHERCHER LES CHALANDS SUR UNE FOIRE ?

Les foires : ancêtres d'internet ! Oui j'en suis surpris plus d'un quand j'affirme cela et pourtant, ayant démarré les foires dans les années 70, je peux vous dire que les chalands se comportaient à l'époque comme sur un navigateur du web actuel. Ils venaient y découvrir / comparer / se renseigner / se faire démontrer. Ils venaient surtout y faire la meilleure affaire possible, en termes de prix, mais surtout y rencontrer un excellent professionnel qui l'aide à faire son choix !

À partir des années 80/90, les zones commerciales où les magasins et showrooms plus attrayants les uns que les autres se bousculent, furent les premiers concurrents des foires annuelles.

Aujourd'hui, le web et ses millions de sites interviennent en amont dans toutes les démarches commerciales.

Alors, les foires et les salons sont-ils voués à la disparition ? En l'état actuel et au vu de mes nombreuses expériences outre-Atlantique, généralement annonciatrices des futures tendances, je pense que non. Pour preuve, les foires et salons n'ont pas perdu énormément de visiteurs ! Par contre, les visiteurs ont une démarche différente et viennent y chercher des compléments aux autres médias qui les ont informés, souvent très bien, et aguichés par des méthodes ultra sophistiquées. Pour ceux qui n'ont pas cédé à l'achat sur internet, la foire leur offre ce qu'ils n'ont pas trouvé sur la toile : voir, toucher et surtout, **rencontrer l'humain !**

Tout est là... ! **Le contact humain avec de vrais professionnels !**

Voilà ce qui a radicalement changé et ce qui demande aux exposants de veiller à apporter les réponses à ces nouvelles requêtes des prospects.



Un espace accueil « modelé » devant servir de « pré » et « post » plan de vente. Ce type d'espace d'accueil permet aussi de recevoir relations professionnelles et anciens clients, ce qui libère les postes de vente.

Les trois « je dois » qui justifient encore l'énorme intérêt des foires et salons !

- 1 - **Je dois** rencontrer des véritables professionnels, qui vont confirmer voire compléter les informations acquises sur le net !
- 2 - **Je dois** avoir confiance et entrer en empathie avec des professionnels, qui vont tisser un lien humain entre le produit recherché et moi !
- 3 - **Je dois** y faire une véritable bonne affaire ! Y gagner un véritable privilège gagnant / gagnant !

FOIRES ET SALONS : Y ÊTRE OU PAS ?

Dans tous les cas s'y l'on décide d'y être, il faudra savoir pourquoi ! Combien cela va coûter et ce que cela doit rapporter. Il faut se fixer des **objectifs précis**, tant en termes de stratégie que de chiffre d'affaires.



Un espace de vente sur mezzanine remarquable, car il isole sans rupture avec le stand et le produit proposé.

Quels objectifs doit-on y rechercher ?

Il y a trois démarches traditionnelles sur une foire.

1 - Se faire connaître : C'est une action publicitaire. Il faut être vu et distribuer des documentations à l'envi, sans chercher aucun contact. Pour moi, cet objectif est devenu **totallement obsolète**, car le coût de la prestation, la durée d'immobilisation, ne justifient pas la dépense. De plus, sachant que la durée de passage du chaland devant un stand de quelques mètres linéaires est au mieux de 15 secondes, il suffit que votre voisin d'en face attire son regard au mauvais moment et ce chaland ne saura jamais que vous « y étiez ! ».

2 - Créer des contacts qualifiés : Pour prendre rendez-vous suite à la foire. Cette démarche peut s'avérer très productive, à condition que le contact soit **qualifié**, c'est-à-dire, que la découverte du prospect soit complète et que le rendez-vous soit arrêté rapidement après la manifestation. Il faut donc ici avoir travaillé et choisi une stratégie « POST-FOIRE », comportant un scénario promotionnel et incitatif qui justifie « le 3^e pied du tabouret » !

3 - Prendre des commandes durant la foire : Deux stratégies existent suivant les cas. Soit la vente one-shot permet d'arrêter l'affaire sur le stand-même, soit, un rendez-vous est pris pour conclure la vente durant la période de la foire.

Ces méthodes elles-aussi demandent des stratégies bien précises, qui font l'objet d'une préparation très fine en amont, avant la foire, afin de mettre au point une articulation de négociation gagnant/ gagnant.

QUEL SECTEUR ?

Dans les Foires et Salons sectorisés, il est évident qu'il faut être présent, en bonne place et si possible avec des stands confortables. Cependant, un grand stand qui s'étalerait sur des centaines de m², mal exploités en termes de présentation et de stratégie n'y trouverait aucun avantage. Comme dans tous les espaces commerciaux, le moindre m² doit être intelligemment exploité.

NB : Sur les foires suffisamment grandes, les exposants qui ont les moyens et l'autorisation de prendre un stand dans une zone « hors-segment » augmentent évidemment la possibilité de rencontrer des prospects supplémentaires. Je connais des exposants qui raffolent de cette pratique et doivent y trouver leur compte, car ils récidivent depuis des années.

BIEN RÉUSSIR LA VENTE EN FOIRES ET SALONS

Ceci est évidemment et particulièrement vrai sur une foire aussi géante que celle de la FOIRE DE PARIS, où l'on sait bien que les visiteurs n'auront pas le loisir de visiter tous les pavillons.

Note d'histoire : il y a les « petits rusés » qui installent leur stand à l'entrée, proche des caisses, pour accrocher les visiteurs, puis les accompagnent sur leur stand principal, malgré l'interdiction réglementaire de cette pratique, qui n'est que rarement réprimandée...

QUEL EMPLACEMENT ?

Ce choix est évidemment crucial, car de lui dépend une grande partie de la réussite de la manifestation : combien de chalands vont passer devant mon stand et quel pourcentage du nombre total des entrées annoncées cela représentera ? Mais aussi, n'auront-ils pas déjà fait leurs achats chez mes concurrents ? Bien entendu il n'y a pas d'équation mathématique pour définir le meilleur emplacement. Ce que l'on peut en dire est qu'il faut de préférence choisir les allées centrales, en privilégiant le point central du hall, car théoriquement, le public y passera, quel que soit son parcours. Toutefois, il faut éviter les allées centrales trop larges, qui sont des pièges, car le public a tendance à créer instinctivement deux sens de circulation, gauche/droite, et de plus, a tendance à s'écarter des bords et à circuler au centre de l'allée. Les allées périphériques sont bien fréquentées et la plupart du temps, visitées en commençant par la droite.



Un stand-îlot avec des pénétrantes bien calculées qui éviteront ainsi un flux incontrôlé. Une accroche promotionnelle d'anniversaire très fine, car elle crée un « teasing » très bien mesuré !

Les allées « borgnes » sont à fuir comme la peste, car l'on sait que les visiteurs ne vont pas jusqu'à leur extrémité !

Attention aussi aux contre-allées, appelées ainsi parce qu'elles relient des allées principales. Elles restent parfois désertes.

Le stand multiplie ses chances de visibilité et de passage en communiquant vers le plus d'allées possible.

Les angles :

les angles ouverts participent aussi à la visibilité d'un stand.

C'est quasiment indispensable ! Il faut avoir au moins un angle pour profiter d'une double visibilité et offrir un recul augmentant encore cette visibilité. Cela diminue le risque d'être « vampirisé » par un stand voisin trop voyant.

N'oublions jamais qu'un visiteur ne passe que quelques secondes devant un stand et que son regard peut être facilement détourné pendant ces quelques secondes par autre chose que votre stand.

L'îlot

C'est le stand idéal bien entendu, car il profite de 4 allées, à condition pour cela de le structurer. Premièrement, il faut pouvoir profiter justement des 4 allées l'agençant. Deuxièmement, il faut disposer les personnes chargées du filtrage dans chaque allée et veiller à ce qu'elles s'y tiennent. L'espace vestiaire, les postes d'accueil et postes assis, sont situés au centre de l'îlot.

Emplacements-danger :

Les stands à l'entrée / les stands à la sortie

En ce qui concerne l'emplacement, il faut éviter les places d'entrées de foire ou ceux situés à la sortie.

En effet, l'on pourrait penser qu'il vaut mieux rencontrer les chalands dès leur arrivée et leur prendre commandes avant tout le monde ! Cela peut en effet paraître un raisonnement logique !

Alors qu'en réalité, dans la plupart des cas, les visiteurs aiment bien entamer la visite avant d'être argumentés.

Cependant, il ne faut pas en déduire qu'il faut dans ce cas se positionner à la fin du parcours... Surtout pas ! Les braves chalands quittent la foire en braves clients, avec une grande saturation d'arguments et une carte bleue parfois dépouillée.

LES DIFFÉRENTS TYPES DE STANDS

Les stands-showrooms

1 - Les stands fermés : Ces stands furent très prisés à une certaine époque par les vendeurs professionnels de foire, car ils permettaient un filtrage total et « enfermaient » les prospects qui se retrouvaient comme dans un magasin, subissant généralement tout le stress d'un Plan de Vente « musclé ». Les consommateurs sont devenus plus matures et craignent par-dessus tout ces techniques d'un autre temps. Bien entendu, il ne faut pas être naïf, les stratégies de « closing » sont toujours inévitables pour faire du chiffre sur une foire. Ce sont simplement les méthodes qui se sont affinées. Voilà pourquoi je déconseille totalement d'avoir un stand fermé, à mon sens totalement obsolète.

2 - Les stands ouverts : L'on pourrait croire, après ce que j'expliquais plus haut, qu'il faut garder toute liberté de circulation sur un stand. C'est inexact, car dans ce cas, le stand devient un boulevard incontrôlable, où il est pratiquement impossible de filtrer et de qualifier les prospects.



Un agencement de stand qui met remarquablement en scène « l'usage du produit » en faisant oublier le produit. Ce qui est idéal pour créer l'envie chez un prospect. De plus, l'espace devient ainsi poste de vente, ce qui augmente d'autant plus l'efficacité de l'entretien.

3 - Les stands avec pénétrantes : L'idéal est donc de créer des « pénétrantes », facilitant la circulation et l'entrée sur le stand, avec cependant un filtre. L'existence d'un plancher avec une mini marche est idéale, avec, par exemple, une pénétrante d'un mètre environ et ne permettant pas un trafic en deux sens, entre les produits exposés.

4 - « L'idéal stand » - le compromis : Si l'on fait la synthèse des points précédents, le stand idéal existe de nos jours. Il permet de filtrer, ce qui est la première chose à faire sur un stand. Il permet aussi de ne pas effrayer les prospects, de donner un sentiment de liberté, de convivialité et, de commencer à VENDRE avant même d'avoir prononcé le premier mot !

DONC → Un espace expo avec une circulation contrôlée, où l'on peut accoster les chalands et réaliser un filtrage fin. Puis, plus loin un espace convivial d'accueil, assis, situé en dehors de tout trafic. Voilà ce qui constitue un stand d'exception et que j'ai constaté au cours de mes dizaines d'années de pratique dans les multiples pays où j'ai travaillé. Malheureusement, ils étaient souvent réservés aux énormes enseignes ayant des stands immenses, avec parfois mezzanine dédiée pour séparer ces espaces. Fort heureusement, il est désormais possible et réaliste d'adopter cette stratégie sur des stands plus modestes en superficie. Le stand est divisé en deux espaces, un stand d'accroche pour l'exposition, un autre dédié aux prospects acceptant un entretien complet, cadré et minuté... J'entends par là que l'on va lui expliquer le but de l'entretien et en donner un « timing » approximatif.

Les stands-contacts : quels messages diffuser ?

Dans le cas où l'on vend principalement de la prestation sans produits en expo, il faut que les messages visuels remplacent les produits. Vous devez raconter votre **story telling** avec des images choisies, illustrant vos propositions et votre savoir-faire, ainsi que des images de vous et de vos collaborateurs. Privilégiez les images, en allégeant le plus possible les textes. Faites défiler ces images, sous forme de très courts spots, sur des écrans visibles ! Il est important de faire réaliser ces messages par des spécialistes de cette discipline.

Dans ce type de stand, où l'objectif est de créer un contact aboutissant à une prise de rendez-vous, ou de faire une vente ONE-SHOT, il faut évidemment disposer d'un espace suffisamment isolé des allées et de la banque d'accueil.



Un stand utilisant avec succès son code couleurs.
Le stand se détache totalement de son voisinage et place le prospect dans « son monde » !

L'AGENCEMENT DU STAND

Un stand de foire est un lieu de vente « hautes performances », il doit donc être conçu spécialement, compte tenu de son objectif : **vendre !** Il doit donc aguicher, interpeller et surtout, donner envie d'en savoir plus.

Attention, un stand ne doit pas tout dire non plus, sinon le chaland passe son chemin en se promettant de vous retrouver en d'autres lieux et d'autres temps...

Ce stand doit être beau, bien entendu, ça c'est pour l'accroche. Il doit être classieux, pour inspirer la confiance, chaleureux, pour susciter la convivialité. Pour le reste, ce sont les acteurs sur stand qui agiront.

Pour son ergonomie, un stand doit être conçu par des spécialistes de la vente de foire. Les agences doivent mettre leur talent au service de l'ergonomie et non pas le contraire. Ils ne doivent pas modifier d'un seul centimètre ce qui a été défini par le spécialiste de la vente.

Photos, slogans, accroches, kakemonos, banderoles et bannières-panonceaux doivent être choisis uniquement par le Responsable des ventes. Attention ! Ne laissez jamais un créatif, aussi génial soit-il, s'occuper de votre habillage de stand !

Trop de stands malheureusement sont de véritables bijoux en termes d'esthétique et de design, mais ne génèrent pas un sou de chiffre d'affaires, car les vendeurs peuvent difficilement y travailler correctement et efficacement !



Un condensé très réussi des 3 espaces indispensables :
vestiaire - réserve / banque d'accueil / postes de vente isolés

• Le vestiaire/réserve

Il est totalement indispensable pour y déposer vêtements, documents, échantillons, frigo et consommables. Il n'y a rien de plus dévalorisant pour un stand que du fatras, inondant une partie de l'espace d'exposition. L'image est au cœur de la séduction visuelle et ne doit donc pas être ternie.

• Les banques d'accueil

Elles doivent être en léger recul des allées, pour assurer elles aussi leur mission de pré-filtrage et éviter d'accrocher des badauds non concernés. Elles doivent être tenues en permanence par une personne connaissant parfaitement sa mission de filtrage. Celle-ci a pour rôle d'aiguiller les prospects fertilisables et fertiles vers un vendeur et de prendre les coordonnées des prospects secs. Enfin, elle distribue également des flyers basiques aux éventuels curieux arides !

• La communication : signalétique / coordonnées

Contre toute logique, je déconseille absolument de mettre en évidence les coordonnées régionales.

Pourquoi ? Les chalands fertilisables (les plus faciles à séduire sur une foire), risquent de noter mentalement l'adresse sans prendre le temps de s'arrêter, d'autant plus si tous les acteurs du stand sont occupés.

Tout comme les catalogues, votre adresse affichée risque alors de devenir votre première concurrente sur une foire.

BIEN RÉUSSIR LA VENTE EN FOIRES ET SALONS

Une Règle évidente

Un stand d'usine est plus efficace que le plus efficace des stands de revendeurs ! On s'imagine trop souvent, mais à tort, que la confiance s'installe plus vite auprès d'un artisan régional qu'avec sa marque ! Erreur ! Il faut procéder à l'inverse, c'est la marque qui cautionne la démarche d'un artisan ou d'un revendeur régional. La confiance est totalement acquise après l'intervention du revendeur régional, si l'on respecte l'ordre pyramidal : du national vers le régional.

Il faut donc dans ce cas faire taire son ego et penser « marketing ».

La signalétique d'un stand doit donc avoir un langage large et véhiculer l'image de l'usine, la fabrication, la renommée de la marque, etc.



L'utilisation optimale des écrans plats, diffusant un film montage qui captivent les regards, donc qui participent utilement au filtrage.

• Les catalogues et flyers

On a vu plus haut que l'objectif d'une manifestation est de prendre un rendez-vous ou de vendre, en qualifiant les prospects et que, se servir d'une foire comme simple support publicitaire n'était plus rentable du tout. Sachant que les chalandes se séparent très rapidement des prospectus qui encombrant leurs sacs et pochettes...

Il n'est donc pas nécessaire de distribuer de coûteux catalogues. De simples flyers, les plus économiques possibles, sont suffisants.

Par contre, je me tue à répéter que l'un des premiers concurrents sur une foire est le catalogue. En effet, si vous laissez en distribution libre de somptueux catalogues, le prospect qui passe au moment où tous les vendeurs sont affairés, se dit qu'il rappellera ou se rendra dans votre magasin après la foire. Et l'on connaît à cet égard, le taux de retour de ce genre de vœux pieux... La plupart de ces catalogues se retrouvent le soir-même dans les poubelles de la foire.

Encore une fois, pour moi, cette distribution était reine et ultra rentable dans les années passées, mais est devenue caduque à l'ère du numérique.

• Les cartes de visite

Elles sont Indispensables, mais à utiliser avec discernement, car elles peuvent être aussi dangereuses que les catalogues ! Les donner trop tôt peut offrir au prospect le moyen d'écourter l'entretien en vous promettant de vous rappeler.

QUELS PRODUITS EXPOSER ?

Là-encore les avis divergent, certains pensant que la multitude augmente les chances d'interpeller un plus grand nombre de visiteurs, d'autres avançant au contraire qu'une bonne sélection permet d'être plus efficace.

Mon avis est que les deux principes se valent en termes d'efficacité, à la seule et importante condition que cela soit mis en œuvre d'une certaine façon : en respectant les règles basiques du merchandising !

1 - Une large gamme de produits, dans le même domaine d'activité, car il ne faut pas mélanger les genres. Les produits doivent être **sectorisés** et présentés dans leurs **codes couleurs** et l'accroche doit être de l'ordre du **teasing**, incitant les chalandes à demander de plus amples informations. **Les accroches promotionnelles** doivent elles aussi être visibles, bien entendu, mais en prenant garde qu'elles ne dégradent pas la notoriété de la marque et qu'elles suggèrent plus qu'elles n'affirment, pour laisser le

soin aux acteurs du stand de prendre en main les prospectus.

Ce type de stand doit être suffisamment **grand et spacieux**. Tout empilage, toute confusion, a pour effet de brouiller les messages en dévalorisant l'image des produits.

2 - Une gamme restreinte de produits

Sur les **stands de petite surface**, il est préférable de limiter le nombre de produits exposés, afin que les produits proposés bénéficient d'une bonne visibilité. Leur présentation doit néanmoins répondre aussi aux **règles élémentaires de merchandising** (annonces promotionnelles et contrastes de prix bien maîtrisés).

Sans oublier l'outil fort qui concerne actuellement 3 à 4 ventes sur 10 : **le financement**, trop souvent négligé par une profession qui, certes, n'en n'avait aucun besoin en d'autres temps, mais cela a radicalement changé et il faut absolument renouer avec cet outil. Sur de nombreuses foires, les **grands organismes de financement** sont présents et interviennent même sur vos stands pour réaliser immédiatement les dossiers.

Les propositions et les offres de financement doivent être visuellement présentes sur les stands, toutefois **pas en trop gros plan** pour ne pas paraître aguicheuses, mais comme faisant partie des possibilités courantes et faciles.

STRATÉGIE ET PLAN DE VENTE

Préambule et mise au point : le métier de vendeur de foire pâtit encore de méthodes de vente forcée qui ont beaucoup nuit aux véritables professionnels, dont j'ai fait partie pendant près de 40 ans. Oublions donc ces méthodes d'un autre temps et revenons aux règles honnêtes de la **vente persuasive**, qui s'appliquent aux foires et salons depuis des siècles.

La stratégie de la vente sur foire est articulée en 3 phases très différentes et aussi très spécialisées.

1 - Le filtrage : Recherche de chalandes fertilisables ou fertiles !

2 - Le plan de vente : Le prospect dans ce cas accepte un entretien, il en connaît le cadre, ce qu'il va y apprendre et sait qu'il va obtenir un chiffre. Il connaît également le temps approximatif nécessaire à cet entretien (le timing).

3 - Le prix-foire : La proposition de négociation / ou la prise de rendez-vous durant la foire.

A - La vente sur stand

Qui sont les acteurs entrant en scène pour permettre d'aboutir avec professionnalisme au succès de ces 3 phases ?

1 - Les filtreuses et filtreurs : Ce poste est fondamental dans

l'art de vendre sur foire ! Ils sont bien formés et coachés. Leur approche est empreinte de sympathie, de sourires et de gentillesse. Mais ensuite, une fois l'attention du chaland gagnée, ils doivent effectuer brillamment leur **sélection**. Ils réalisent les **premières découvertes**, qui qualifieront les chalandes en prospects pouvant devenir d'éventuels clients.

2 - Les vendeurs :

On leur amène le prospect, on leur transmet les premières découvertes. Ils accueillent, donnent le **cadre** et le **timing** et font asseoir les prospects dans l'**espace dédié**. Ils développent alors un plan de vente structuré, en s'aidant de tous les outils nécessaires : StepWay / écrans / échantillons... À la fin de leur plan de vente, ils établissent un **devis**, dépouillé de toute option, donc une offre unique. Ensuite, ils ouvrent la porte de la négociation en utilisant les méthodes de passage de témoin au « **finisseur** ».

3 - Les finisseurs :

Ils sont sollicités après l'élaboration du devis. Le vendeur demande au finisseur de **proposer une offre au prospect**.

NB : Sur un stand, de même que dans une entreprise, en l'absence de personnel capable d'assurer ces 3 postes, le même vendeur doit effectuer ces 3 tâches. Ce qui ne pose aucun problème, à condition qu'il soit un bon professionnel capable de les maîtriser.

NB : Évitez de recruter la petite cousine en vacances qui, à part être très gentille et mignonne... ne connaît rien à la vente et gâchera la première phase du filtrage, se bornant à distribuer des prospectus qui finiront leur pauvre vie quelques mètres plus loin dans la première poubelle venue...

B - Vendre en rendez-vous pris en foire

Si l'objectif de la foire est de prendre des « rendez-vous suites de foire », la stratégie est la même, à l'exception de la phase 2, car là, le plan de vente peut être allégé, sachant qu'un rendez-vous à domicile suivra. Il faut dans cet entretien créer l'envie d'en savoir plus long et mettre en place un teasing, pour commencer à placer la future négociation qui reste de mise, car le prospect sera inévitablement demandeur de « conditions foire ». **Cela justifie que l'on ne doit pas laisser traîner les rendez-vous trop longtemps et les traiter rapidement.**

Poseurs et responsables techniques

Nous touchons là un des points les plus délicats de l'occupation d'un stand. En effet, a priori les techniciens de tout poil n'ont rien à faire sur un stand. Malgré leurs compétences et leur savoir-faire, **ils sont l'antithèse des vendeurs sur foire**.

Le temps est compressé et l'acte d'achat doit être activé par l'émotion ! On trouve parfois ces techniciens sur des stands présentant des produits très techniques, où ils interviennent pour répondre aux questions pointues. Mais, ne connaissant pas les mécanismes d'achat, ils créent la plupart du temps plus d'objections que d'envies. **Ils vont toujours à contre-courant du plan de vente développé par le vendeur.**

Voilà pourquoi un vendeur doit absolument tout savoir de son produit et que lui seul doit pouvoir répondre aux objections des prospects. C'est même le **fondement de notre métier**, dont le carburant principal est la confiance que l'on a en soi et celle que l'on doit instaurer dans l'esprit des prospects.

Par contre, **les techniciens ont leur place sur les salons professionnels**, là où les vendeurs l'ont beaucoup moins... Vieille confusion culturelle que celle existant entre le B to B et le B to C (déjà abordée dans ma Chronique des Métiers de la Vente du Spécial PROS n°11).

HORS-SÉRIE

Spécial COLLECTIVITÉS

Piscines Spas & Équipements



Supplément :
RÉPERTOIRE THÉMATIQUE
des fournisseurs de piscines
de collectivités

**À paraître
Septembre 2017**

DEVENEZ ANNONCEURS,
présentez vos nouveautés
et consolidez votre image

**Pour communiquer dans
ce nouvel hors-série**

contact@eurospapoolnews.com

04 92 19 41 60

LES FAUX AMIS

Les tenues vestimentaires des acteurs du stand : le Dress Code

Le Dress Code, de rigueur, est une tenue logotypée aux couleurs de votre enseigne ou de votre entreprise. Elle est à mon sens **totale**ment indispensable, car le complément des images qui participent à la création d'un **climat de confiance**. Confiance qu'il faut certes consolider avec le plan de vente, mais le consommateur actuel est tout de même formaté par tous les codes subliminaux que diffuse le marketing moderne. Ce Dress Code, longtemps boudé par notre culture, est maintenant obligatoire dans tous les commerces, restaurants et sites marchands. Le consommateur est donc conditionné à cette pratique.

Attention ! Ce Dress Code doit être en phase avec l'image de votre entreprise et ne pas être décalé.

Boissons et gourmandises

Elles doivent être proposées avec stratégie. On offre celles-ci à la table d'entretien, mais j'insiste sur le fait qu'il faut **attendre un certain temps pour les proposer**, afin qu'une certaine forme d'empathie soit acquise. Car offrir à boire dès que les prospects s'assoient, peut être pris subconsciemment comme un « acte de vendeur », signe de victoire anticipée de sa part.

On les offre donc **au milieu du plan de vente**, en proposant un large éventail de boissons, avec et sans alcool. **Surtout, ne pas proposer uniquement du champagne**, un levier psychologique puissant, qui pourrait, s'il est mal présenté et au mauvais moment, être interprété comme le symbole de célébration d'un événement, là encore signe d'un acte vendeur !

Bien entendu, après la signature, le champagne est le bienvenu.

Les invitations : le terrible dilemme

Faut-il ou non envoyer des invitations aux foires à vos prospects ?

Est-il bien raisonnable de jeter un prospect (au prix qu'ils coûtent) « dans la gueule des concurrents » ... ? Qui plus est en ayant payé son invitation ?

Sachez qu'il ne passera pas sur votre stand en premier. Normal !... Il ira d'abord chez les concurrents, et c'est logique, et vous gardera pour la fin de son parcours, même s'il vous a jugé suffisamment intéressant lors de votre rendez-vous. Par contre, vous ne le verrez pas s'il s'est fait cueillir ailleurs... Ou pire, il aura entendu tellement de discours contradictoires qu'il sera momentanément refroidi et ne commandera rien du tout !

De même, si vous avez un prospect d'avant-foire et que vous l'invitez sans qu'il vous en ait fait la demande, c'est une erreur gigantesque, car si vous n'avez pas une stratégie spécifique, vous offrez simplement un prospect que vous avez payé,... à vos chers concurrents.

Alors dans quel cas les invitations deviennent-elles une stratégie spécifique ?

Si un prospect très indécis vous fait comprendre qu'il ne prendra sa décision qu'après avoir vu tous les exposants, il ne vous reste plus qu'à constater votre échec momentané et entrer en compétition sur la foire. Dans ce cas, vous pouvez prendre un léger avantage en offrant cette invitation et en créant un **teasing important**, de sorte qu'il soit aguiché et ne prenne aucune décision avant d'être passé sur votre stand.

Enfin, il existe une **stratégie spécifique**, mais qui doit être savamment ciselée et placée dans les mains de super pros ! Elle s'adresse d'abord à des **leaders incontestables** sur leur marché, incitant le prospect à venir comparer... Se positionnant donc en leader, il faut que cela se voie..., ce qui nécessite un stand adapté qui « frappe très fort ». Ensuite, l'invitation est accompagnée d'un fort teasing là aussi, qui, dans tous les cas, incite à passer sur le stand, sans obligation d'achat et assorti d'un cadeau « privilège » !

Le but unique recherché dans cette stratégie est seulement

de dire « Venez voir tout le monde ! Puis passez nous voir, récupérez votre cadeau et l'on vous parlera de nos conditions exceptionnelles ».

Pour résumer, je resterai sur ma position, qui est d'**éviter cette pratique**.

Car **les foires sont avant tout un fournisseur de prospects neufs**, c'est pour cela que l'on paye les mètres carrés aussi chers. Une foire est un magasin ouvert pendant 10 jours, pour trouver une nouvelle clientèle... Si c'est pour y voir vos clients, cela représente une dépense inutile.

LES CONCURRENTS

Il y a beaucoup à dire sur ce thème, la première chose est que sur une foire il y a autant de concurrents que d'exposants.

Quant à **vos concurrents directs, il faut les avoir à proximité** et, de préférence, **sous les yeux**. S'éloigner des concurrents voilà encore un réflexe conditionné improductif, une erreur primaire !

Il faut au contraire être **le plus près possible du leader** ! Cela constitue d'une part un premier filtrage des visiteurs, et d'autre part un label de respectabilité ! La meilleure place, si l'on est outsider, est mitoyenne du leader, pour profiter de son flux et de son « aura ». Il existe aussi d'autres vertus qui sont d'ordre psychologique auprès des vendeurs des deux camps, qui subconsciemment **augmentent leur motivation par esprit de compétition**.

CONCLUSION

Faire ou ne pas faire les foires et salons

Malgré tout ce que l'on peut dire sur les foires et salons, il reste néanmoins un indicateur crucial : les résultats financiers que vous y réalisez. Il est donc important de bien établir un bilan dépenses / recettes et si cette équation est positive pour vous, quelles que soient les théories énoncées au court de ma chronique, continuez !

ÉVOLUTION ET AVENIR :

Je pense que les foires et salons devront laisser une plus grande place à l'accueil client, avec des espaces VIP, que le relationnel l'emportera sur tout le reste, car les consommateurs sont de plus en plus informés pour faire leur choix, mais ils veulent avant toute chose « CONNAITRE CEUX QUI FONT ! »

Je pense aussi que l'usage de vidéos, avec des effets de réalité virtuelle et toutes leurs extensions possibles, deviendront incontournables. Je suis également certain que les VENDEURS de talent seront toujours les acteurs principaux de ce futur très proche.

MA MINUTE PHILOSOPHIQUE !

Au cours de mes stages et de mes conférences, on me demande souvent si les foires sont sur le déclin ?

Je pense que ce n'est pas le cas, elles sont comme tout notre environnement commercial : en mutation !

Ma longue expérience m'a plusieurs fois confronté à des mutations des foires. Depuis 40 ans, j'ai souvent entendu les pessimistes dire que c'était mieux avant et que demain cela aller s'écrouler... Me rangeant pour ma part plutôt dans le camp des optimistes, je me dis que tant que des chalandes passeront devant ma boutique je trouverai le moyen d'en faire des clients... Il me suffira de choisir ce que je mets dans ma vitrine, de bien l'éclairer afin qu'on y entre, puis je ferai tout pour qu'on s'y sente bien ! Ensuite seulement, je m'occuperai de remplir le tiroir-caisse...

J'aime répéter ce dicton à mes stagiaires :

**“Les optimistes ont inventé l'avion
Les pessimistes le parachute...”**

Patrick Sanchez, Consultant, Formateur
Préparation et coaching d'événements commerciaux
actionvente@wanadoo.com - tel : 06 80 26 22 76
(Extrait d'un ouvrage à paraître fin 2017 :
« LES FOIRES : SECRETS DES AS DE LA VENTE ! »)



nouvelle version 2.0



"ONESHOT 3D est un
outil de vente redoutable"



maintenant
agréé



Windows



Mac OS



iPod



Déploiement
Groupe



Développement
spécifique



p.6 et 7	ABORAL
p.44	AELLO
p.81	AFG Europe
p.19	ALLIANCE PISCINES
p.55	ALUKOV France
p.45	APF (Annonay Productions France)
p.22	ASAMGO
p.5	ASCOMAT DISTRIBUTION
p.41	AZENCO
p.36	AVADY POOL
p.77	BAYROL France
p.24	BEL'O
p.39	BINDER
p.29	CCEI
p.38	DALLES DE FRANCE
p.34	FILTRINOV
p.88	FOIRE DE PARIS
p.51	H2EAUX
p.61	HAYWARD
p.9	HTH / LONZA
p.59	HYDRO SUD DIRECT
p.79	LA COOPERATIVE DES PISCINIERS
p.46	LAMOTTE EUROPE
p.28	MAGNOR EUROPE
3 ^e de couverture	MONDIAL PISCINE
p.71	MELSPRING
p.2 et 3	NEXTPOOL / SOKOOL
p.67	OCEDIS
p.30	ONDILO
p.75	PENTAIR
p.17	PISCINES PRESTIGE POLYESTER
p.23	PLEATCO
p.97	POINTCUBE / ONESHOT 3D
p.27	POLYTROPIC
4 ^e de couverture	POOL TECHNOLOGIE
p.58	POOL UP CONCEPT
p.57	POOLCOP
p.32	POOLSAN
p.31, 33 et 37	POOLSTAR
p.35	POPPSI
p.40	PPS FRANCE
p.83	PROCOPI
p.47	SAFIRA
p.89	SALON SETT MONTPELLIER
p.65	SCP FRANCE
p.95	Spécial COLLECTIVITÉS / Hors-Série
p.53	TOUCAN
p.15	UNIBEO PISCINES
p.43	VEGAMETAL
p.25	WATER WORLD SOLUTION
p.87	WOOD
p.20 et 21	ZODIAC

Spécial PROS

Le magazine des métiers de la piscine et du spa

Spécial PROS N°22

I.M.C.

(International Media Communication)

264, avenue Janvier Passero

F- 06210 Mandelieu

Tél. +33 (0)492 194 160

Fax : +33 (0)493 681 707

contact@eurospapoolnews.com

www.eurospapoolnews.com

Directeur de la publication : Vanina Biagini

Directeur administratif : Denise Biagini

Assistante de direction : Karine Astorg

Rédacteur en chef : Guy Mémin

Consultant : Richard Chouraqui

Journaliste : Virginie Bettati

Rédaction : Bénédicte Béguin, Nadège Hely

Ont collaboré à ce numéro :

Patrick Sanchez, Thibault Osepian

Publicité :

Emmanuelle Fardin, Katrien Willemse,

Nicolas Biagini, Michele Ravizza

Web : Bénédicte Béguin, Nadège Hely

Infographiste : Laura Perinetta

Imprimerie : Chirat (42)

SAS au capital de 152 449 Euros

RCS Cannes B 414 683 953 00031

APE 5814 Z

TVA FR02414683953

ISSN 2429-2656

© 2017 IMC Tous droits réservés.

Reproduction interdite.

Les produits, performances et caractéristiques évoqués dans les articles sont communiqués par les fabricants et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de la rédaction.



Une édition d'EuroSpaPoolNews.com

PROCHAIN NUMÉRO À PARAÎTRE
JUIN 2017

COULOIR DE NAGE CHRON'Ô

le plaisir de faire vos longueurs à domicile



Créer à l'origine - 02 95 08 15 15 - Piscinepiscine - Grand Paris

Le couloir de nage

— CHRON'Ô —

by Laure Manaudou

Ma piscine sport et bien-être



www.mondial-piscine.eu



e-Pool

LA SOLUTION DE MAINTENANCE
EN QUELQUES CLICS



POOLSQUAD®



GESTION DE PARC
GAGNEZ DU TEMPS ET DE L'ARGENT



TÉLÉASSISTANCE
DES DÉPLACEMENTS SEULEMENT
S'IL LE FAUT



TABLEAUX DE BORD
DES INFORMATIONS PRÉCISES
COMME SI VOUS Y ÉTIEZ



GESTION DE LA RELATION CLIENT
UN OUTIL DE PROMOTION ET DE
FIDÉLISATION SIMPLE

Pool
technologie

+33 (0)4 67 13 88 90 www.pool-technologie.com