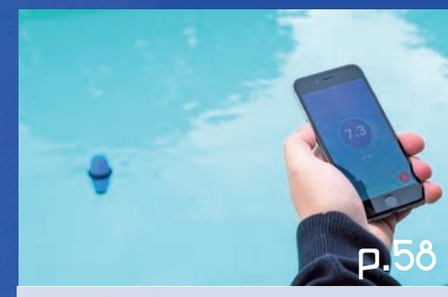
N°21
Février 2017

Spécial PROS

Le magazine des métiers de la piscine et du spa

UN MOMENT AVEC Sébastien GAUTHIER p.10



p.58

Analyseurs flottants

p.28

Lyon en images

p.68

La pompe l'hiver

p.24

Les piscines miroir

EURO SPA POOL NEWS .com

ENTREPRISES

Actualités, rencontres, formations p.74

NOUVEAUTÉS

Innovations, produits, équipements p.36

ZODIAC®

La performance Zodiac®, Jusqu'au cœur de la piscine.

POMPES ET FILTRES

Exclusivité Professionnels de la piscine

Zodiac® élargit son offre d'équipements pour la piscine et vous propose **une solution complète de pompes et filtres, conçue pour vous.**

Pompes

FloPro™ VS
Pompe à vitesse variable

8 vitesses pour une complète maîtrise de votre consommation

NOUVEAUTÉ 2017

iQPUMP
Module Wi-Fi pour FloPro™ VS

Innovation Zodiac : Pompe connectée pour un contrôle intuitif depuis Smartphone

NOUVEAUTÉ 2017

FloPro™ e3
Pompe à vitesse variable

Simple et économe en énergie

NOUVEAUTÉ 2017

FloPro™
Pompes à vitesse simple

Une gamme de pompes endurantes et efficientes

Filtres

CS
Filtres à cartouche

Des filtres à cartouche éco-respectueux pour une filtration ultra fine

Boreal
Filtres polyester

Une gamme de filtres simples et endurants

Crystal Clear
Le verre de filtration

Adapté à tout type de filtre à sable pour une eau cristalline

Pour en savoir plus, contactez votre commercial habituel ou appelez le 0820 60 99 98

Édito

Organisez-vous

Le grand Salon Mondial de la Piscine de novembre dernier a été, de l'avis de tous, un succès. Les professionnels français terminaient une bonne saison et l'opinion générale en fin de salon est très positive.

Mais, quant aux constructeurs, combien nous ont exprimé le « ras le bol » concernant leur clientèle et la fatigue due à leur activité. Un rythme fait de rendez-vous sur rendez-vous qui ont souvent du mal à se concrétiser par une commande, des horaires (2 fois 35 heures !) pour faire fonctionner l'entreprise, des problèmes de personnel, des charges administratives pesantes, etc.

Si vous ne pouvez pas toujours agir sur ces situations, vous avez par contre la totale maîtrise de l'organisation de votre travail et de la gestion de votre entreprise.

Il y a un an, j'abordais déjà ce sujet et vous avez souhaité (surtout les épouses des pisciniers !) que l'on en reparle.

Oui, il est fréquent que vos épouses travaillent avec vous et n'aient pas, comme vous, la possibilité de « s'aérer » à l'extérieur (restant « cloîtrées » au bureau ou au magasin).

Comment maintenir cette dynamique indispensable à l'entreprise ?

Comment protéger votre moral et votre vie privée ?

LE PERSONNEL

• **Un mauvais élément** peut perturber votre activité. Oui, cela arrive, malheureusement. S'en suivent alors lettre(s) d'avertissement (suite à un entretien verbal durant lequel l'employé expose ses raisons), témoignages écrits (clients, collègues). Il est en effet indispensable de procéder de la sorte, au préalable, pour que le licenciement qui suit évite, comme c'est souvent le cas, un recours aux Prud'hommes.

La bonne image de l'entreprise auprès des clients est essentielle (je parle ici en connaissance de cause). Oui, un avocat ça coûte cher, mais il peut s'avérer indispensable pour protéger votre réputation, s'il faut en passer par là.

• **Un rapport de chantier quotidien** (avec photos smartphone autant que possible) est nécessaire : heures travaillées, climat, matériaux reçus, état d'avancement… ce document qui ira rejoindre le dossier client classé et servira souvent pour plus tard.

• **La tenue du personnel**, c'est l'image de votre entreprise. J'ai connu un super technicien, qui avait une tenue vestimentaire tellement négligée, qu'une cliente (qui devait s'absenter) me téléphona m'expliquant qu'elle hésitait à le laisser seul chez elle, dans le local technique !

Une tenue propre est indispensable ! Voire présentant le nom de votre entreprise ou du réseau auquel vous appartenez.

L'ENTREPRISE

• **Le téléphone**

Cet outil est essentiel pour vos relations professionnelles. Aussi, durant la fermeture des bureaux, du magasin, un message d'accueil téléphonique permet de justifier votre absence. Or, votre client a peut-être besoin d'exprimer un mécontentement (ou un simple renseignement). Lorsque vous le rappellerez plus tard, son éventuelle agressivité sera souvent retombée ou atténuée !

Enregistrez donc sur votre répondeur un message tel que : « Piscine X … Bonjour, nos bureaux et notre magasin sont ouverts de (9) à (12) heures et de (14) à (19) heures, du lundi au… En notre absence, nous vous remercions de nous préciser les raisons de votre appel, ainsi que vos coordonnées. Nous vous répondrons dès que possible. Parlez après le bip sonore, merci ».

• **Les horaires et jours d'ouverture**

Les afficher très visiblement à l'extérieur. De sa voiture, le client doit pouvoir les lire. Les grandes surfaces le pratiquent toujours, en grand format.

• **Photographiez vos nouveaux locaux techniques sur chantier.** Cela vous permettra plus tard de proposer un nouveau devis d'équipements complémentaires. Cela peut vous économiser un déplacement.

• **Vos rendez-vous client**

Ils ont lieu souvent le soir, après 18 heures ou le samedi (voire hélas le dimanche !). En effet, le client ne peut vous recevoir que lorsqu'il est à son domicile. Mais de votre côté, comment préserver un minimum de votre vie privée, donc votre équilibre personnel ?

Oui, il est impératif de vous octroyer un soir de liberté, un samedi par mois, non pas pour faire des devis, des courriers ou des factures, mais pour consacrer ce moment à vous-même, votre famille, vos amis. Évadez-vous de votre travail, c'est nécessaire ! Sinon...

L'ACCUEIL

Évitez de recevoir un client pour un projet au même endroit que pour la vente des produits et équipements. Créez (même à quelques mètres seulement) une banque d'accueil pour les constructions. Un écran y montre vos réalisations qui « défilent en boucle », un document propre à l'entreprise est présent, vos qualifications et appartenances sont clairement affichées (membre de la FPP, d'un groupement) adhésion Pro piscines… C'est essentiel pour valoriser votre activité de constructeur.

ET CHEZ VOUS, À LA MAISON ?

La maison est l'endroit où vous devez vous relaxer, vous reposer. Aussi :

• **Évitez de donner votre numéro de téléphone fixe** (et de portable) à vos clients. Ils ont celui de l'entreprise (et un message en heures de fermeture).

• **Le travail en couple** est courant dans notre profession. Il est tellement normal, à la maison, de relater ce qui s'est passé dans la journée. Mais, si ce n'est pas grave, ou urgent, attendez le lendemain au bureau, pour faire le point sur les problèmes rencontrés la veille. Le soir, privilégiez la détente. Si vous ne procédez pas ainsi, votre couple connaîtra lentement un « ras-le-bol » de la vie commune, alors que vos souhaitez tellement décompresser tous les deux et vous intéresser à autre chose.

En suivant toutes ces conseils, vous serez prêt à supporter les dernières rigueurs de l'hiver et la nouvelle saison, avec l'optimisme qui vous a peut-être manqué parfois durant cette année écoulée, comme je l'ai ressenti lors de nos rencontres au dernier Salon.

Guy Mémin
Rédacteur en chef
redaction@eurospapoolnews.com

NOUVEAUTÉ
2017

Fabrication de
LINERS 75/100

Cache poteau
WOOPY

Fabrication de
BÂCHES

Volets de
SÉCURITÉ

Terrasse
MOBILE

PVC armé
TITAN 150/100

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

ABORAL®

FABRICANT DE PISCINES

UNE NOUVELLE COLLECTION POUR TOUTES LES ENVIES

REJOIGNEZ-NOUS

Aboral Piscines vous propose une gamme diversifiée de piscines allant de 5,50 m à 10,40 m de long, en fond plat ou incliné, avec ou sans volet automatique

DES PISCINES AVEC COFFRES VOLETS IMMERGÉS

Un design exclusif

ABORAL FÊTE SES 10 ANS • 10 ans

FABRICATION FRANÇAISE

GARANTIE 10 ANS

UN SERVICE DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS
Aboral Piscines

Fort de ses 10 ans d'expérience, Aboral Piscines propose un service dédié aux revendeurs, pour offrir encore plus de qualité à des tarifs toujours plus compétitifs.

En choisissant Aboral Piscines, vous faites le choix d'une finition soignée, d'une grande qualité et d'un large choix de modèles.

QUALITÉ & MAÎTRISE

La signature Aboral Piscines

UNE FABRICATION 100 % FRANÇAISE

DES FINITIONS SOIGNÉES ET HAUT DE GAMME

UNE COLLECTION POUR TOUS LES GOÛTS

DES PISCINES À PRIX ATTRACTIFS

05 56 68 87 70
www.aboral.fr

SOMMAIRE

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

ÉDITO
Organisez-vous p.4

CHRONIQUE
Il est où le bonheur p.8

RENCONTRE / DIALOGUE
Un moment avec... Sébastien Gauthier p.10
Entretien avec... Benjamin Stévens / Riiot Labs p.64
Entretien avec... Emmanuelle Collin / Hydro Sud Direct... p.70
Entretien avec ... Anthony Body / Extrabat ..... p. 86

DOSSIER TECHNIQUE
Adhérer à un réseau Pourquoi et comment ? p.14
Les piscines miroir au banc d'essais p.24
Préserver votre pompe de piscine l'hiver p.68

TENDANCES
Analyseurs flottants connectés p.58

NOUVEAUTÉS p.36
Pensez-y p.56

ENTREPRISES
L'actualité des entreprises p.74
Pool Up : l'abri de chantier pour travailler autrement.... p.82
Le Baromètre des Entreprises p.88
Les formations p.90
Chronique des métiers de la vente p.96

RENDEZ-VOUS
Piscine Global 2016 : le compte-rendu en images..... p.28

LES PISCINES DE COLLECTIVITÉS
La Piscine de Demain p.92

LISTE DES ANNONCEURS p.98

Chronique

IL EST OÙ LE BONHEUR... ?

Le bonheur, il est là !
Oui, là ! Car en consultant votre fichier clients, cet hiver, vous trouverez certainement des clients pour qui vous avez construit une piscine il y a des années de cela, ou réalisé une rénovation, de l'entretien...
Sélectionnez donc vos meilleurs clients et proposez-leur « le bonheur » !

En effet, le spa, le hammam, le sauna sont de pures merveilles, pour la santé d'abord, mais aussi pour la convivialité, la dolce Vita, bref... le nirvana à domicile !

L'un de mes amis, avec qui j'ai créé Hydrochim en 1976, avait fait installer chez lui, en Allemagne, un sauna finlandais. Deux à 3 fois par semaine, rentrant éreinté du travail, il se délassait 15 à 20 minutes dans son sauna. La chaleur sèche lui procurait un bien-être incomparable, de telle sorte que durant des décennies, je ne l'ai jamais connu avec un rhume, une bronchite, une sinusite, ou ne serait-ce qu'un mal de dos !

La chaleur sèche que dégage le sauna permet au corps d'éliminer les toxines et de renforcer la résistance de notre système immunitaire, tout en raffermissant nos os, nos articulations, et en détendant notre musculature.

Le sauna a des effets thérapeutiques désormais reconnus par de nombreux spécialistes de la santé et du bien-être.

Il est cependant déconseillé aux personnes cardiaques, mais vos clients ont « bon cœur »...

Voilà un argument important à développer sur les bienfaits du sauna, pour le bien-être de vos clients et le vôtre, bien entendu.

Un autre de mes amis, Guy Mémin, que vous connaissez bien, a choisi quant à lui le spa à domicile ! Le veinard peut ainsi en profiter toute l'année dans sa véranda !

Les millions de bulles d'air, additionnés aux nombreux jets d'eau sous pression, activent la circulation dans tout le système sanguin, et notamment dans le cerveau, ce qui procure à notre rédacteur en chef une sensation de bien-être et de décontraction, à lui, mais aussi, à sa famille et ses invités ! Voilà pourquoi il a toujours l'air si reposé et les joues roses...

Les jets agissent aussi sur les articulations, la colonne vertébrale. Ils permettent de relâcher la tension nerveuse, de lutter contre le stress.

Conçu au départ, pour traiter l'arthrose, le spa est un formidable moyen de soulager également le dos, la nuque, les hanches, les rhumatismes, grâce à la synergie :

- **de l'eau chaude,** des jets « balnéo » air/eau répartis sur tout le corps ;
- **de l'apesanteur**, qui diminue la pression sur les articulations.

Il s'agit d'une vraie remise en forme périodique à domicile. Mais ce n'est pas tout ! **Le spa est un lieu de conversation et de relaxation convivial,** avec ceux que l'on aime, en toute quiétude, en toute intimité, dans une eau à 37°C... Il est aussi **un havre de paix pour l'esprit, propice au ressourcement, à la décontraction**, nous permettant de mieux appréhender les multiples agressions subies au quotidien dans notre rythme effréné.

De plus, le spa a besoin de produits de désinfection, de nettoyage, et de bien-être, huiles essentielles, essences naturelles, ou encore algues marines, etc.

Ce qui n'est pas négligeable pour « le tiroir-caisse de la boutique » et la fréquentation de votre showroom !

Voilà encore, un argument percutant à développer sur les spas, pour le bien-être de vos clients et... le vôtre bien entendu.

Pour ma part, bien que l'un n'exclut pas l'autre, j'ai opté pour le hammam, chargé des doux effluves de mon enfance... À Alger, ma maman, se rendait 2 fois par semaine au « bain maure », pour « avoir une belle peau, et se débarrasser des toxines », disait-elle !

En effet, **la chaleur humide assouplit la peau et la fait « respirer », c'est-à-dire évacuer les toxines qui s'installent sous la peau et qui l'empêchent de se régénérer**. Car oui la peau est en constante régénération, et le fait même de la nettoyer assure non seulement un bien-être incroyable, mais aussi une peau bien hydratée, douce et tendre à la fois… !

La peau se régénère entièrement tous les 28 jours environ ; il est donc conseillé de l'hydrater régulièrement et d'effectuer un gommage corporel après une séance de hammam.

Ce bain de vapeur représente le moyen le mieux adapté pour **dénouer aussi les tensions musculaires par la sudation !** Voilà aussi pourquoi j'ai choisi un hammam !

De plus, dans un hammam, il fait bon, et **cette atmosphère humide et chaude est favorable à la détente, la réflexion, le laisser-aller...** Il favorise la recherche d'équilibre entre les sensations physiques et mentales. **Ce n'est pas par hasard si nos ancêtres orientaux, sur la côte méditerranéenne, construisaient des bains turcs, des bains romains ou des bains maures.**

Ils savaient vivre, ils savaient déjà où était le bonheur !

Voilà une fois de plus, un argument important à développer, sur les hammams cette fois, pour le bien-être de vos clients et bien entendu... le vôtre !

En commercialisant ces équipements faciles à installer et à entretenir, **vous mesurerez, « enfin », exactement, dès la livraison, votre marge, ce qui n'est pas souvent le cas en livrant une piscine prête-à-plonger, aussi belle soit-elle !**

Pour votre tranquillité et celle de vos clients, ne choisissez que **des fournisseurs ayant pignon sur rue et qui représentent des marques reconnues et sérieuses, pouvant vous assurer un marketing, une aide à la vente, une formation et surtout, un service après-vente infaillible.** Soyez exigeant sur votre choix de fournisseurs !

Les effets de ces magnifiques installations chez vos clients ne vous procureront alors, que du bonheur…

Parce que vous êtes, ne l'oubliez pas... **Un marchand de bonheur.**

Très bonne saison 2017 !

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

Pool technologie

Vendre du haut de gamme devient un jeu d'enfant !

POOLSQUAD®

TECHNOLOGIE MIXTE — NOUVEAU

- Une cellule plus puissante et une durée de vie préservée.
- Une électronique plus endurante pour une fiabilité accrue.

PROCÉDÉ D'INVERSION DE POLARITÉ — BREVETÉ

- S'adapte automatiquement à la dureté de l'eau, sans intervention du professionnel ni du particulier.
- Une durée de vie de cellule sensiblement allongée.

RÉGULATION DU PH INTELLIGENTE ET PRÉDICTIVE — BREVETÉ

- Analyse l'efficacité de la dernière injection et adapte la nouvelle correction. Le pH est parfaitement stable, la désinfection plus efficace.
- Mode secours : en l'absence de sonde pH, bascule en mode dosage selon l'historique des corrections. Le pH est toujours sous contrôle.

+33 (0)4 67 13 86 90
contact@pool-technologie.fr
www.pool-technologie.com

UN MOMENT AVEC… Sébastien GAUTHIER

Depuis le salon Piscine GLOBAL de Lyon, nous avons posé quelques questions à Sébastien GAUTHIER Directeur Général France-Export de Zodiac Pool Systems.

Comment qualifieriez-vous le positionnement de Zodiac sur le marché ?

Nous avons pour mission de concevoir des solutions innovantes pour les piscines privées et collectives, en apportant toujours plus de confort, de plaisir et de sérénité à nos utilisateurs. Notre ambition est d'être le leader mondial du secteur, reconnu comme l'acteur le plus innovant et le plus à l'écoute de ses consommateurs et de ses clients. Toutes les équipes de Zodiac œuvrent à cette mission, en misant sur nos valeurs de fonctionnement, et notamment sur l'orientation client, l'innovation et le sens de l'efficacité.

Zodiac est particulièrement reconnu pour ses robots et pompes à chaleur. Quelles valeurs ajoutées apportez-vous à ces gammes de produits ?

Nos clients ont toujours été au cœur de nos préoccupations. Nous menons des études régulières auprès d'eux afin de recueillir et cibler leurs besoins. Nous orientons ainsi le développement de nos produits et services toujours vers de meilleures solutions à leur fournir. Un exemple serait notre stratégie sur les Nouvelles Technologies, notamment en ce qui concerne les produits connectés. Cette évolution s'intègre à la volonté générale de démocratisation de la domotique, visant toujours à satisfaire les nouveaux besoins de nos utilisateurs. C'est aussi dans cette optique que nous commercialiserons très prochainement un robot connecté et totalement pilotable à distance sur smartphone.

Parlons d'innovation : quels sont les lancements prévus en 2017 ?

L'innovation fait partie intégrante de notre ADN, les nouveautés sont donc nombreuses pour cette saison :

LA FILTRATION

Forts de notre savoir-faire, de notre force d'innovation et de 10 années d'expérience en Australie et aux Etats-Unis, nous lançons cette année en France une gamme complète de pompes de filtration et de filtres, répondant aux besoins de toutes les installations.

Pompe de filtration à vitesse variable FloPro™ VS

« QUESTIONNAIRE DE PROUST »

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

Saluer, prendre un café et lire mes mails.

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

Le contact avec les clients reste un des moments privilégiés. Chaque occasion de pouvoir échanger avec nos partenaires sur les tendances du marché, sur leur activité et sur Zodiac, est toujours créatrice de valeur pour moi.

3 - Et la tâche la plus désagréable ?

Ne pouvoir consacrer assez de temps à mes équipes.

4 - Votre qualité n°1 ?

La passion des résultats.

5 - Celle que vous recherchez chez les autres ?

L'une des qualités que je recherche, tant en externe qu'au sein de mes équipes, c'est la confiance. Je ne sais pas travailler autrement que dans un climat de confiance réciproque.

6 - Votre pire cauchemar professionnel ?

Ne pas atteindre mes objectifs budgétaires.

7 - Votre meilleur souvenir professionnel ?

La promotion de collaborateurs à des fonctions plus importantes.

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

J'ai fait un cadeau à ma compagne de l'époque.

9 - Que faites-vous pour vous ressourcer ?

Du partage, avec ma femme Magali et mes trois enfants, et beaucoup de sport.

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

Sportif professionnel (golf, tennis ou ski).

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

Steve JOBS, entrepreneur, inventeur et visionnaire.

12 - Quelle est la technologie qui vous passionne ?

L'aérospatiale.

13 - La technique que vous détestez le plus ?

Le bricolage.

14 - Votre concurrent le plus estimable ?

Ils sont d'une certaine façon presque tous estimables, mais je respecte plus les entreprises ayant des valeurs comme l'orientation client, l'honnêteté, la confiance, la passion des résultats, l'innovation, l'esprit d'équipe, ainsi que toute organisation qui crée de la valeur pour le marché.

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

« Qu'est-ce qu'on a travaillé, mais dans un tellement bon état d'esprit. »

16 - Votre devise ?

Obligation de résultats, pas de moyens…
À n'utiliser qu'en présence de personnes raisonnées…

Nous avançons sur ce segment de marché munis de solutions innovantes, telles que les pompes à vitesse variable, économes en énergie et silencieuses. Parmi celles-ci figure **une pompe connectée, permettant de bénéficier de l'ensemble des fonctionnalités d'un système de filtration éco-silencieux, sur Smartphone** (disponible en avril 2017).

Au regard de l'offre concurrentielle, nos pompes ont le gros avantage de s'adapter au remplacement de quasiment toutes les pompes existantes du marché, sans devoir changer la plomberie.

Cette gamme ne sera distribuée qu'auprès des pisciniers « traditionnels ». L'objectif de ce lancement est avant tout de créer de la valeur ajoutée dans l'offre des pisciniers, en générant du qualitatif sur un marché très compétitif.

Plateforme de pompes de filtration FloPro™

LE NETTOYAGE

Fruit des dernières innovations de notre centre R&D de Toulouse, **TornaX est le dernier-né de notre gamme de robots électriques.**

Robot électrique TornaX™ RT 3200

Avec son poids plume de seulement 5,5 kg, il est l'un des plus légers du marché, procurant une manipulation sans effort. Ce robot offre un nettoyage optimal et couvre la globalité du bassin, grâce à un mode de déplacement intelligent. Les débris sont décollés rapidement avant d'être aspirés, à l'aide de sa fonction « brossage ».

Enfin, il est pourvu d'un filtre facile à nettoyer, sans contact manuel avec les saletés, grâce à son accès facile par le dessus de l'appareil.

Ce nouveau robot électrique nous permet de répondre aux besoins en « entrée de gamme », à un prix public très compétitif.

Nous lançons également **un nouveau robot hydraulique, le MX9**. Équipé de brosses actives, ce robot se débarrasse des débris de tout type et de toute taille : feuilles, grains de sable… rien ne lui échappe !

Branché sur la prise balais, le MX9 garantit également un nettoyage complet, pour un bassin propre quels qu'en soient la forme et le 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. C'est un expert du nettoyage hydraulique toutes catégories !

Robot hydraulique MX9™

LE CHAUFFAGE

Notre gamme de pompes à chaleur s'étoffe, avec le lancement de 2 nouveaux modèles.

Conçue pour chauffer les grands bassins, la Z900 dispose d'une puissance allant jusqu'à 100 kW. Avec son fonctionnement ultrasilencieux (maximum 53 dB(A) à 10m), elle est l'une des plus discrètes de sa catégorie. En prime, elle offre un encombrement minimal, grâce à sa soufflerie verticale qui réduit son empreinte au sol et facilite son intégration dans tous les espaces.

Autre solution innovante et très compétitive sur le marché, **la Z700 DUO, qui possède l'avantage de chauffer à la fois l'eau de la piscine et l'air du hall qui l'accueille**. Ils sont en effet chauffés par une seule pompe, éco-respectueuse, qui capte l'énergie de l'air extérieur et fournit 4 à 5 fois plus de puissance qu'elle n'en consomme ! Cette pompe à chaleur 2 en 1 permet aussi d'économiser de la place dans le local technique. Associée à un système de déshumidification Zodiac®, c'est une solution complète et performante, à faible impact environnemental, parfaite pour les piscines intérieures !

PAC piscines intérieures Z700 DUO

PAC collectivités Z900

Mais l'innovation ne s'arrête pas aux nouveaux produits, elle a trait également aux services dédiés aux clients. En ce sens, nous déployons cette année **un nouveau site professionnel plus complet et intuitif.**

Soucieux d'offrir une prestation complète, nous avons mis en place un ensemble de services à destination des professionnels. Parmi eux, **un service en ligne nommé BilPi (Bilan Piscine)** qui permet aux pisciniers d'apporter une réponse sur-mesure à leurs clients. Cette étape leur est facilitée par un accès à l'ensemble de la documentation technique, mise à disposition sur notre site dédié aux professionnels revendeurs Zodiac®. Cet outil est le support d'un accompagnement spécifique du Bureau d'Etudes, destiné à garantir le meilleur diagnostic et la meilleure recommandation possibles de produit, en fonction des caractéristiques spécifiques de la piscine de l'utilisateur.

L'espace en ligne réservé aux professionnels met aussi à leur disposition un outil de saisie des requêtes SAV, accessible 24h/24 et 7J/7, ainsi qu'un media center regroupant plus de 7 400 documents (notices, photos, vidéos…).

Innovation aussi du côté des formations, avec notre centre de formation agréé **« Organisme de Formation Professionnel »**. Ce dernier offre un programme complet de formations en salle, avec des ateliers techniques, mais aussi en visio-conférence ou en vidéo, pour de l'auto-formation. Nous menons également une forte politique d'aide à la vente, sans cesse revisitée dans le but de faciliter l'avant-vente, la vente et l'après-vente. L'ensemble des supports a été élaboré dans une logique novatrice, pour que le revendeur s'imprègne rapidement des caractéristiques des produits et devienne un véritable prescripteur de la marque.

Hervé LARONZE.
Directeur des Services Europe

Label Expert Partner Services

"Cette signature spécifique à Zodiac est une matérialisation supplémentaire de notre engagement envers vous : il unit l'ensemble de nos collaborateurs « Services » autour d'une identité européenne et de valeurs communes, vous garantissant ainsi une même qualité de réponse « Experte ». "

Quels sont vos prochains axes de développement ?

La connectivité des objets connaît une très forte demande de la part des consommateurs, notamment aux Etats Unis. Nous travaillons activement sur ce sujet et nous proposerons rapidement des évolutions de nos produits.

Centre R&D - Tests en bassins

Equipe commerciale dirigeante Zodiac

"Notre objectif est d'être toujours plus proche de nos clients et à l'écoute de leurs besoins. Nous poursuivons notre stratégie de Channel Management cette année et nous voulons également mieux supporter nos clients dans les préparatifs et pendant la saison 2017 avec une équipe commerciale qui sera renforcée dès la fin du mois. "

Jean-Philippe GUILMEAU
Directeur des Ventes France

Delphine CHESNEL
Directrice Grands Comptes France

Un département marketing innovant

"Le Marketing chez Zodiac est lui aussi porté par les valeurs d'innovation et de satisfaction des clients et de nos utilisateurs. Notre objectif cette année est d'apporter des solutions pour valoriser l'offre et la marque Zodiac en points de ventes, de mieux guider les consommateurs dans leurs choix et de dynamiser les ventes en périodes phares avec des offres promotionnelles fortes. "

Wilfried VAITY
Responsable Marketing France et Export

La plupart de nos nouveaux équipements sont aussi conçus pour **réduire la consommation énergétique** des utilisateurs : technologie Inverter sur les pompes à chaleur, pour adapter la puissance aux besoins réels ; pompes de filtration à vitesse variable, pour une vitesse de fonctionnement économe ; filtres nécessitant moins de contre-lavages, pour réduire la consommation d'eau…

L'impératif écologique est également l'une de nos préoccupations pour les années à venir. Nous travaillons aussi à la mise en application des nouvelles normes environnementales, telles que celles de la réglementation Biocide.

Quelles sont vos priorités pour 2017 ?

Notre principal objectif est d'**accroitre la satisfaction de nos clients**. Nous travaillons continuellement au renforcement de notre stratégie de création de valeur pour nos clients : l'innovation, une offre globale, la gestion des canaux de distribution, un marketing toujours plus efficace, des services supports performants, des formations pertinentes et des équipes toujours plus proches de nos clients seront les facteurs-clés de nos futurs succès.

Etes-vous confiants pour la saison 2017 ?

Le salon international de la Piscine donne habituellement le coup d'envoi de la saison et la qualité des échanges que l'on a pu avoir avec les professionnels nous laisse penser que la saison 2017 est bien partie. Le dynamisme de la construction de la saison dernière semble se maintenir. Pour Zodiac, le salon 2016 fut une édition orientée à 100 % vers 2017, avec un focus sur nos innovations, pour lesquelles l'accueil fut particulièrement bon. La date d'ouverture des bassins début 2017 sera déterminante dans le maintien de la saison 2017 sur de bons rails... Aujourd'hui, nos indicateurs nous permettent d'être confiants pour l'année à venir.

www.zodiac-poolcare.fr

De nombreux lumens pour une piscine illuminée !

Blanche ou en couleur (avec une variation de 16 programmes), allumez votre piscine à 180 ° !

Ocedis
LE PLAISIR DE L'EAU

324 LEDs
Blanche **2600 lumens !**
Couleurs **1150 lumens !**

Lampe EXTRA PLATE !

Installation facile !
La lampe vient se «clisper» dans la traversée de paroi.

Création de piscine, la lampe LED **adaptée à tous types de revêtement**

Packaging attractif !

lampes LEDs

MelVision

Avec la lampe S600 MelVision et son Kit d'installation, disposez de tous les éléments pour une **nouvelle installation complète.**

- Lampe LED
- Traversée de paroi
- Prise balai
- Kit tuyau...

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

ADHÉRER À UN RÉSEAU
Pourquoi et comment ?

Dans notre dernier numéro (Spécial PROS N° 20), vous avez pu lire le témoignage d'adhérents. Cette fois-ci, vous allez découvrir les interviews des créateurs de ces réseaux. (Nous ne pouvons tous les citer dans ce numéro. Les autres paraîtront dans Spécial PROS N°22 de mars/avril 2017). Informations, conditions, droits et devoirs sont évoqués. Mais, outre ces caractéristiques tangibles, n'oubliez jamais que le plus important reste le lien « personnel ». Cette chose indéfinissable qui unira la tête pensante du réseau au nouvel adhérent, indispensable condition pour en faire un mariage heureux !

Virginie BETTATI

QUELS TYPES D'ADHÉSION EXISTENT ?

Des contrats spécifiques peuvent vous lier au réseau. Il est impératif d'en connaître les dispositions, car s'engager est un acte important qui peut vous lier pour longtemps. Voici les principaux, sachant que tout lien peut déroger aux grands principes pour être constitué sur-mesure !

• LA FRANCHISE

C'est un contrat assez complexe qui requiert quelques explications.
Le franchiseur s'engage à réserver une exclusivité d'exploitation à son franchisé sur un territoire donné. Il s'engage également à lui transmettre toutes les modalités d'exploitation du concept et à l'accompagner pendant toute la durée du contrat (création du point de vente et suivi).

Le franchisé, de son côté, s'engage à respecter les termes de l'application du concept mis à sa disposition. Il s'engage également à contribuer au développement du réseau notamment en s'acquittant de redevances.
Le principal avantage de la franchise pour le franchisé est donc de pouvoir démarrer et exercer une activité déjà testée par le franchiseur : il peut s'appuyer sur le savoir-faire et la notoriété de la marque de son réseau de franchises pour réussir. La création devient ainsi moins risquée. Les entreprises créées en franchise sont d'ailleurs notablement plus pérennes dans le temps que celles créées en solo, grâce à un accompagnement de tous les instants de la part du franchiseur : formation initiale, formation continue, animation de réseau, assistance technique... sans oublier que les autres franchisés du réseau sont aussi là pour épauler le franchisé au quotidien.
Etre franchisé c'est donc profiter des facilités et des infrastructures d'un groupe tout en restant indépendant.
De son côté, le franchiseur peut multiplier rapidement les points de vente et améliorer ainsi sa visibilité. Il accélère son développement sans financer en propre l'achat ou la location des locaux, les aménagements, les salariés... La force de son réseau lui permet de négocier avec les fournisseurs des prix attractifs qu'il pourra répercuter sur ses adhérents.
Le revers de la médaille correspond aux avantages précités. Le franchisé devra évidemment se conformer strictement au concept qui fait la cohérence du réseau. Il doit ainsi rendre des comptes à son franchiseur mais aussi aux autres franchisés du réseau. Il doit aussi disposer d'un apport personnel conséquent à la création : créer en franchise coûte plus cher que de créer en solo du fait notamment de l'obligation d'un emplacement bien situé, d'un aménagement imposé, du paiement des redevances.
Il ne faut pas non plus oublier que les candidatures de franchisés sont soumises à validation et que ces derniers doivent recevoir l'aval du franchiseur en cas de vente.
Pour le franchiseur aussi, les obligations sont importantes car développer un réseau est un vrai métier qui nécessite d'anticiper sa croissance non plus seulement en fonction de ses propres fonds disponibles mais en fonction du rythme d'intégration des franchisés !

Conclusion

La franchise est un modèle porteur. Les enseignes de renom telles que Zara, Subway, C&A ou encore Domino's Pizza en sont la preuve. Et les chiffres de la Fédération Française de la Franchise l'attestent : alors que la France comptait 34 réseaux seulement en 1971, en 2015, plus de 1 800 franchiseurs sont recensés en France pour plus de 69 000 points de vente. Leader européen, la franchise française connaît une progression régulière de 8 à 11 % depuis 5 ans. La raison du succès est évidente. La franchise est un contrat de réitération d'une réussite : le franchiseur a testé un concept commercial avec succès et a choisi de le mettre à disposition d'un franchisé pour que celui-ci réussisse à son tour.
(Source : toute-la-franchise.com).

• LA CONCESSION

C'est un contrat commercial conclu intuitu personae, par lequel un commerçant indépendant dit « concessionnaire » se procure auprès d'un autre commerçant, fabricant ou grossiste, dit le « concédant », des marchandises qu'il s'engage à commercialiser sous la marque du concédant. Ce dernier lui confère une exclusivité pour un temps et dans une aire géographique délimitée. Il s'agit en général d'une exclusivité de vente.

La différence avec la franchise ?

Il y en a principalement deux pour Jean-Baptiste Gouache (de Gouache Avocats www.gouache.fr) : *« Dans le contrat de franchise, il doit y avoir mise à disposition d'un savoir-faire original, spécifique, identifié, secret et réitérable, et fourniture d'une assistance permanente par le franchiseur. Le contrat de concession, quant à lui, est principalement un contrat de fourniture de marchandises par le concédant, qui ne comporte pas nécessairement de mise à disposition de savoir-faire. Le contrat de franchise peut ne pas contenir de clause d'exclusivité territoriale, d'approvisionnement et de revente, alors qu'elle est de principe*

dans le contrat de concession. En pratique, la distinction entre franchise et concession peut être plus floue, certaines enseignes se présentant comme franchiseur n'ayant que peu ou pas de savoir-faire consistant et accordant des exclusivités caractéristiques de la concession, et inversement ».

On peut donc constater que si la franchise reste bien adaptée à certains secteurs d'activités (comme la coiffure par exemple), son modèle juridique est moins probant pour le marché de la piscine. Les modalités de rémunération du franchiseur seraient trop contraignantes en franchise alors que le système de la concession offre plus de souplesse. D'où son succès !

• LA LICENCE DE MARQUE

C'est un contrat de bail (louage régi par les règles du Code civil et du Code de la Propriété Intellectuelle) : le propriétaire ou usager d'une marque régulièrement enregistrée, dit « concédant », la loue à un licencié qui aura le droit de l'utiliser, le plus souvent à titre d'enseigne, pour exercer un commerce, en contrepartie du paiement d'une redevance appelée « royalty ».

Le concédant définit dans le contrat de licence l'image de la marque et les éléments de son mix-marketing, que le licencié doit respecter (prix, produits/services, promotion des ventes, publicité et communication) : il maîtrise ainsi l'usage qui est fait de la marque par le licencié. Cette technique lui permet de constituer un réseau sous son enseigne et d'améliorer la notoriété de la marque.

Ici, il n'est pas question de mise à disposition d'un savoir-faire éprouvé répondant à des qualités spécifiques, ni de la stipulation nécessaire d'une assistance obligatoire, ces deux différences distinguant clairement la licence de marque de la franchise.

• LE GROUPEMENT D'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE

Comme son nom l'indique, il s'agit d'un regroupement d'entreprises préexistantes dont le but est « *de faciliter ou de développer l'activité économique de ses membres, d'améliorer ou d'accroître les résultats de cette activité ; [ce but] n'est pas de réaliser des bénéfices pour lui-même* » (alinéa 2 de l'article L. 251-1 du Code de commerce).

Le GIE pourrait donc être qualifié d'intermédiaire entre la société et l'association. C'est une forme de groupement très souple, qui permet aux petites entreprises de mettre en commun des moyens pour gagner en performance.

Définitions et utilisations de ce statut

L'immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés confère au groupement le statut de personnalité morale. Les membres du GIE sont responsables indéfiniment et solidairement des dettes de la société (c'est-à-dire que chaque membre est responsable sur l'ensemble de son patrimoine personnel de toutes les dettes du groupement, qu'elles soient de son fait ou non).

Le choix d'opter pour cette structure se fait donc si l'on est certain de la qualité et de la solidité financière des membres.

• LE CONTRAT « MORAL »

Le contrat moral est un engagement mutuel qui s'appuie sur les notions d'équité, d'autonomie volontaire et de réciprocité. Il est exempt de toute obligation légale. C'est parce qu'un contractant souhaite que son partenaire respecte le contrat moral qu'il en fera autant.

ADHÉRER À UN RÉSEAU
Pourquoi et comment ?

POURQUOI ADHÉRER ?

Parce que le marché a changé. Les consommateurs sont en attente : d'une offre globale (piscine + aménagements paysagers par exemple, ou piscine + spa, piscine + services…) mais aussi d'une image de marque (une enseigne ou une boutique qu'ils reconnaissent), d'une garantie de sérieux de l'entreprise (pérennité, assurances…), et d'un projet conforme à la tendance tout en étant pérenne.
Si le piscinier indépendant est capable de répondre à toutes les exigences, force est de constater que cela lui impose une structure importante et des compétences multiples, souvent radicalement différentes. L'entrée dans un réseau a donc l'incontestable avantage de le soulager de la gestion d'une partie de ces « nouvelles » obligations. Il suffit de citer la nécessité d'offrir aujourd'hui un point de vente attractif pour valoriser son savoir-faire et assurer des ventes additionnelles. Choix du mobilier, charte graphique, aménagements intérieurs, organisation, animations… sont autant de soucis qui sont alors pris en charge par les compétences du réseau. Celui-ci permet donc au piscinier de se concentrer sur son activité de construction, sur son métier d'artisan.
Le réseau apporte également une reconnaissance facilitée de la qualité des prestations (nombreuses références accessibles grâce aux réalisations des autres adhérents).

C'est à l'évidence une identification rendue plus facile pour le particulier, peu connaisseur du métier de piscinier… même si une démarche de qualité et de professionnalisation a été suivie par l'ensemble de la filière.
En un mot, ce réseau, c'est la possibilité de profiter de l'expérience des autres et de faire valoir cette expérience auprès de sa clientèle pour s'assurer une reconnaissance plus rapide.

LA PAROLE EST AUX RÉSEAUX !

DUGAIN : Faire moins, mais mieux !

reseau@piscinesdugain.com
www.piscinesdugain.com

Jean-François Mocquery, fondateur de Piscines Dugain, insiste sur le caractère éminemment familial de l'entreprise, qui vient de fêter ses 30 ans d'existence. C'est ce caractère familial qui dirige à la fois ses valeurs et son développement. Pour preuve, ses deux fils, Aldéric et Pierre-Adrien, ont rejoint l'entreprise afin de perpétuer cette tradition… qui a du bon. Ici, il n'est pas question de suivre une politique commerciale agressive.

"Nous préférons faire moins, mais mieux. D'ailleurs, Piscines Dugain est le seul principe constructif de piscines en béton à banche perdue qui garantit sa structure 20 ans. C'est aussi une fabrication 100 % française.
Les adhérents sont considérés en toute « fraternité » pour exercer leur métier. Le but reste d'assurer des constructions de qualité et d'entretenir des relations loyales, où l'écoute est à l'honneur. Le soutien de nos concessionnaires est une priorité, avec une présence forte sur le terrain, comme sur les chantiers. Des rencontres régulières sont assurées avec pour point d'orgue notre séminaire annuel qui se tient en février.
L'implantation de Piscines Dugain s'est donc renforcée dans cette optique, avec une densification régionale autour de l'agence historique de Troyes. Une nouvelle agence a ouvert tout récemment à Chalon-en-Champagne, en parfaite cohérence régionale avec les agences existantes de Sens et d'Auxerre."

Nom : *Piscines Dugain*

Date de création de l'enseigne : *1986*

Activité : *Construction de piscines traditionnelles en béton, octobre 2000 dépôt du brevet d'invention sur la structure autoraidissante de coffrage perdu, en 2006 lancement de l'escalier 100 % béton plein, en 2014 dépôt du modèle de la piscine Dugance® à escalier triangulaire, en 2016 lancement du Skim'Bloc® (bloc de filtration adossé à la piscine et préassemblé en usine).*

Date de création du réseau : *2000*

Nombre d'adhérents : *18*

Implantation géographique : *Nationale avec une concentration sur l'est de la France*

Implantation internationale : *Aux Antilles et en Europe*

Nombre de points de vente en France : *15*

Objectif : *Maintenir la qualité des constructions et l'esprit familial avec une progression du nombre d'adhérents limitée*

Lien juridique : *Concession de secteurs exclusifs*

Obligations financières de l'adhérent : *Aucune mise à part l'achat de 80 % des piscines et des équipements auprès de la centrale d'achats.*

Autres obligations : *Vérification régulière de la situation de gérance, avec demande d'extrait de k-bis et fourniture d'un bilan.*

Services proposés par le réseau : *Formations techniques, sachant qu'une importance particulière est donnée aux formations commerciales, kit marketing, bureau d'études, assistance, catalogue.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *Au cas par cas, pas d'objectif imposé.*

ABORAL : Rien ne remplace la proximité

contact@ecp-polyester.fr
www.aboral.fr

Pierre-Antoine GASCIOLLI

Cette entreprise familiale tient avant tout à conserver son esprit de contact. Hors de question de ne vendre qu'un produit, même si celui-ci est particulièrement bien positionné, haut de gamme et capable d'assurer une excellente rentabilité. La volonté de rester sur une zone géographique - qui permet à Pierre-Antoine Gasciolli, en charge du réseau Aboral depuis 2014, d'aller à la rencontre de ses partenaires - est une priorité. Contacts téléphoniques hebdomadaires et visites sur le terrain aussi fréquentes que possible sont les bases de ce réseau.

" Nous souhaitons conserver cette dimension humaine et cette proximité, même si notre objectif est d'atteindre 30 points de vente, soit une bonne dizaine de plus qu'aujourd'hui. Une densification sur une zone donnée nous permettra en effet de toujours maintenir cet accompagnement technique et commercial. Notre croissance sera maîtrisée en respect de cet objectif.
Il faut aussi signaler que, comme tous les réseaux, nous proposons un service complet d'aide au marketing et à la communication. Mais notre différence est de le faire avec une très faible marge, afin de garantir ce soutien renforcé, que seule notre structure de petite dimension permet. "

Nom : *Aboral Piscines*

Date de création de l'enseigne : *2006*

Activité : *Ventes et installations de piscines et spas en coque polyester.*

Date de création du réseau : *2014*

Nombre d'adhérents : *18*

Implantation géographique : *Moitié Ouest France*

Implantation internationale : *Aucune*

Nombre de points de vente en France : *18*

Objectif : *30 points de vente d'ici à 2019*

Lien juridique : *Concession pour 1 an, renouvelée tacitement chaque année.*

Obligations financières : *Aucune*

Autres obligations : *Territoire de distribution bien défini, respect d'un cahier des charges de pose bien précis, achat d'accessoires à notre centrale, séminaire biannuel.*

Services proposés par le réseau : *Nous dispensons tout type de formations (commerciales, techniques, marketing…). Nous fournissons une large gamme d'outils marketing à nos revendeurs (catalogues, drapeaux, roll up, chemises à rabats, échantillonnages, tee-shirts, serviettes de bain, sacs de plage…). Nous accompagnons chaque distributeur qui le souhaite sur le plan marketing en lui proposant des actions ciblées pour leur département.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *De 400 000 € à 550 000 €.*

ADHÉRER À UN RÉSEAU
Pourquoi et comment ?

PISCINE PLAGE® : Tout est dans le concept

contact@decopiscineplage.com
www.decopiscineplage.com

L'univers de la piscine est celui de Jérôme Brens depuis toujours. En mettant au point ce principe de construction qui intègre une plage immergée, il est parvenu à proposer un concept unique sur le marché. Une offre à l'évidence très attractive qui répond à une demande croissante en phase avec les attentes d'aujourd'hui, de détente et d'esthétisme. Jérôme Brens le précise d'ailleurs clairement :

Gilles TERREYRE** , en charge du développement du réseau et **Jérome BRENS

« Ce concept protégé assure à nos concessionnaires un excellent positionnement sur le marché avec, en plus, une exclusivité territoriale. Ils peuvent proposer une piscine nouvelle génération offrant plus de déco, plus de plaisir et plus d'économie avec une marque qui a obtenu en 2012 le Prix « Pool Eco attitude ». Notre structure à taille humaine permet aussi d'assurer un accompagnement personnalisé et de tisser des liens forts avec nos partenaires. »

Bref, le réseau est ici le support à une véritable innovation, 100 % française, qui peut assurer pérennité et notoriété aux adhérents. Une idée brevetée, qui fait toute la différence.

Nom : *Jérôme Brens / Piscine Plage®*

Date de création de l'enseigne : *2010*

Activité : *Construction de piscines haut de gamme avec plage immergée.*

Date de création du réseau : *2012*

Nombre d'adhérents : *12*

Implantation géographique : *Toute la France*

Implantation internationale : *Non*

Nombre de points de vente en France : *13*

Objectif : *20 adhérents pour la fin 2017*

Lien juridique : *Concession avec un engagement de 5 ans.*

Obligations financières : *Droits d'entrée de 5 000 € HT et frais publicité de 100 € HT/mois, redevance de 1,8 % sur le CA Piscine Plage®, une formation technique et commerciale à 1 500 € HT.*

Autres obligations : *La réalisation d'une piscine dès la 1ère année et 2 la seconde année.*

Services proposés par le réseau : *Fourniture de kakemonos, bâches, catalogues, documentations commerciales, éléments administratifs et commerciaux. Formations techniques et commerciales (agrément de formation donc prise en charge d'une partie par leur organisme). Assistance technique. Réunion réseau 1 fois par an, support commercial...*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *De 50 000 à 150 000 € HT.*

AQUILUS : Une irremplaçable expertise de 35 ans

aquilus.developpement@groupeatlantis.com
www.aquilus-piscines.com

Jérôme COURAT

Pas de doute sur le sujet, l'expérience d'Aquilus et ses capacités d'innovation sont incontestables. Il suffit de citer la Mini-Water, la piscine Bi-O, l'Alpha-B, la Spi, etc., pour s'en convaincre. Jérôme Courat met donc en valeur très justement les particularités de la marque et les apports qu'elle peut accorder aux professionnels, qu'il s'agisse de pisciniers déjà chevronnés qui veulent faire monter en puissance leur entreprise, ou de professionnels en recherche de solutions techniques abouties, notamment avec la technologie exclusive Steeltech® Protec, fabriquée en France.

« L'importance et la variété de l'offre Aquilus permettent aux adhérents du réseau de répondre à toutes les attentes de leur clientèle, des projets très haut de gamme, à ceux plus économiques. Sachant que pour ces derniers, même si tout ou partie du montage de la piscine est assuré par le client, le professionnel reste présent pour garantir conseils et services aux consommateurs finaux. Notre objectif est donc d'être le plus inventif possible (ce qui explique la part importante donnée à notre service R&D) afin de rester en phase avec un marché qui bouge beaucoup et qui nécessite, plus que jamais, de cultiver la relation client. Trois animateurs se consacrent d'ailleurs exclusivement aux visites de nos concessionnaires, pour garantir cette relation privilégiée faite pour entretenir, cultiver et accroître les compétences. »

** rappelons que Steeltech® Protec est un procédé de fabrication sans soudure ni rivet qui assure la construction des structures à panneaux acier Aquilus.*

Nom : *Aquilus Piscines - Aquilus Spas*

Date de création de l'enseigne : *1981*

Activité : *Fabricant de piscines industrialisées en panneaux d'acier galvanisé revêtu d'une membrane PVC. Commercialisation et installation par un réseau de concessionnaires exclusifs organisés avec des points de vente pour apporter le service et la proximité à la clientèle de la marque. Vente et installation en exclusivité des spas américains Maax Spas.*

Date de création du réseau : *1981*

Nombre d'adhérents : *49*

Implantation géographique : *2/3 de la France*

Implantation internationale : *Europe de l'Est*

Nombre de points de vente en France : *52*

Objectif : *100 en 2022*

Lien juridique : *Concession sans limitation de durée*

Obligations financières : *Aucun droit d'entrée, aucun apport minimal, investissement de 30 K€ en moyenne selon le projet, coût moyen de l'établissement environ 60 K€, redevances de 712 € HT/mois.*

Autres obligations : *Achat à une centrale et fournisseurs référencés, respect d'une charte graphique, pas de surface minimum à exploiter ni d'emplacement à respecter, couverture géographique exclusive définie ensemble, 1 réunion régionale et 1 convention nationale par an.*

Services proposés par le réseau : *Formations techniques, formations commerciales, kit marketing avec un service interne dédié à la communication marketing et web, bureau d'études, assistance animateur de l'enseigne en visite régulière...*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *De 300 000 à 500 000 € HT.*

MONDIAL PISCINE : Objectif « réseau » !

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

François THOER

François Thoer, Directeur Commercial et Marketing depuis bientôt 2 ans chez Mondial Piscine, nous fait part d'un regard juste et éclairé.

" Mondial Piscine c'est tout d'abord un concept très abouti, 100 % français, avec des panneaux fabriqués au Mans. Cette conception autorise une adaptation sur-mesure, conformément aux attentes de nos clients, mais aussi une réactivité hors-pair.

C'est ensuite un réseau qui existe depuis plus de 12 ans et qui se doit d'évoluer et de se développer avec une approche nouvelle plus centrée sur les ressources humaines.

En effet, aujourd'hui, alors que le concept de Mondial Piscine a atteint une parfaite maturité, nous renforçons les liens qui nous unissent avec nos concessionnaires. L'animation du réseau existant et l'accompagnement du réseau à venir représentent des objectifs prioritaires. Notre séminaire annuel, qui se tiendra cette année aux Canaries, va nous permettre d'intensifier nos relations avec le réseau dans un site propice aux échanges.

Compte tenu de la structure familiale de l'entreprise et des valeurs qui s'y sont toujours développées, le réseau Mondial Piscine représente un cadre où chaque adhérent trouve sa place. Pourquoi ? Parce qu'il pourra développer son activité et renforcer un sentiment d'appartenance privilégié à un groupe.

Nous avons un objectif déterminé : croître d'au moins 15 nouveaux membres chaque année pour offrir un maillage national. Tout est question d'ambition et nous nous donnons les moyens d'y parvenir ! "

Nom : *Mondial Piscine*

Date de création de l'enseigne : *2003*

Activité : *Fabricant de piscines en béton (panneau en polypropylène à bancher)*

Date de création du réseau : *2003*

Nombre d'adhérents : *52 en France et 7 à l'export, au 31/12/2016*

Implantation géographique : *Hexagone + Antilles*

Implantation internationale : *Belgique, Suisse, Portugal, Italie, Grèce, Israël, Pologne.*

Nombre de points de vente en France : *52 concessions*

Objectif : *80 concessions d'ici fin 2018*

Lien juridique : *Contrat de concession de 5 ans*

Obligations financières : *Un seul coût : une redevance de 750 € ht mensuel soit 9 000 € HT / an dont 1 500 € qui sont affectés à la garantie de bonne fin de travaux (sécurité forte pour le client et unique dans la profession). Pour le business plan : un fonds de roulement couvrant 6 mois d'exploitation.*

Autres obligations : *Achats sur centrale, charte de qualité, business plan avec atteinte d'objectifs sur 5 ans.*

Services proposés par le réseau : *Webmarketing, marketing opérationnel (plaquettes, boutique), formations commerciales et techniques, animation du réseau trimestrielle, bureau d'étude usine, assistance technique terrain.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *De 300 000 € à 500 000 € HT.*

UNIBÉO : Sa force ? La liberté !

contact@piscines-unibeo.com
www.piscines-unibeo.com

Avec un réseau fondé il y a six ans seulement et déjà 45 adhérents, on peut dire que le réseau marche fort. Mise à part une explication due au concept (piscine en béton 100 % française respectant la norme BAEL), Benoit Queirel explique cette réussite très simplement, par la liberté laissée aux pisciniers indépendants qui viennent le rejoindre.

Benoit QUEIREL

“ Nous proposons une entrée à de vrais professionnels de la piscine, sans royalties, ni frais de communication. L'accompagnement par nos techniciens et notre bureau d'études, ainsi que les formations, techniques comme commerciales, sont gratuites. Nous mettons également à la disposition de tous les adhérents un ensemble de services pouvant être choisis à la carte : administration des ventes, plans en 3D, kit marketing, etc. Nous sommes donc à la disposition des adhérents, tout en leur laissant leur indépendance. De la même façon, nous avons établi un partenariat fort et durable avec les meilleurs fournisseurs afin de proposer les meilleurs produits aux meilleurs tarifs aux membres du réseau, mais toujours sans obligation d'achat ”.

Mais attention, la liberté a un prix : la participation avec de vrais pros de la piscine est indispensable à la pérennité et à la bonne notoriété du réseau. Le risque est immense à faire entrer des membres fragiles, qu'il s'agisse de leurs compétences techniques ou commerciales. Les contre-références seraient alors autant de témoignages meurtriers pour le réseau…

Nom : *Unibeo Piscines*

Date de création de l'enseigne : *2010*

Activité : *Fabrication de piscine en coffrage perdu*

Date de création du réseau : *2010*

Nombre d'adhérents : *46*

Implantation géographique : *Toute la France*

Implantation internationale : *Non*

Nombre de points de vente en France : *46*

Objectif : *90 adhérents dans les 5 ans*

Lien juridique : *Aucun lien, juste un partenariat gagnant-gagnant*

Obligations financières : *Aucune*

Autres obligations : *Vendre des piscines en béton uniquement de notre marque sur une zone géographique déterminée.*

Services proposés par le réseau : *Marketing avec un infographiste, assistance technique sur chantier et au bureau d'étude. Ensemble de catalogue et prospectus et autres outils marketing.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *De 1 900 000 à 3 400 000 €*

EVERBLUE : Toujours l'excellence !

ever@everblue.com
www.everblue.com

Depuis plus d'un an, la reprise d'Everblue par Thierry d'Auzers lui offre une seconde jeunesse tout en suivant les traces initiées il y a plus de 30 ans par son fondateur. La force du réseau de quelques 100 concessions repose sur deux raisons essentielles.

La première est l'important travail en amont réalisé pour la sélection rigoureuse des équipements auprès de partenaires de qualité. Chacun d'eux est en effet passé au crible en étant sélectionné par un comité. Ces équipements sont ensuite testés et éprouvés en situation réelle. C'est seulement après cette validation que les produits sont achetés par Everblue et proposés aux concessionnaires, à un prix très compétitif. Tous les moyens sont mis en œuvre pour assurer une totale satisfaction et une sérénité du client final avec des produits fiables et exclusifs.

La seconde concerne les relations au sein du réseau, fondées sur une parfaite cohésion. Entraide et esprit de partage sont en effet des valeurs humaines sans lesquelles Everblue n'existerait pas.

Thierry d'Auzers résume en une phrase l'esprit d'union du réseau : ***“ Bien au-delà de l'accompagnement de nos concessionnaires, qui reste une obligation basique, notre ambition est de rendre nos concessionnaires fiers et prospères ”***. Dont acte !

Nom : *Everblue*

Date de création de l'enseigne : *1978*

Activité : *Piscines maçonnées et principalement des piscines bétons à partir de son concept Structura® Feat, gamme d'équipements exclusifs.*

Date de création du réseau : *1988*

Nombre d'adhérents : *Une centaine*

Implantation géographique : *Toute la France avec une représentation sur plus de 60 départements.*

Implantation internationale : *Guyane, Suisse, Réunion, Guadeloupe.*

Nombre de points de vente en France : *100*

Objectif : *Un réseau qui ne demande qu'à grandir, mais toujours en respect de ses valeurs strictes.*

Lien juridique : *Concessions de 3 ans minium.*

Obligations financières : *Aucune, sauf une participation (pourcentage) au budget communication.*

Autres obligations : *Achats parmi la sélection opérée par la Centrale afin d'assurer aux clients finaux des équipements de qualité.*

Services proposés par le réseau : *Formation technique à l'installation, au dépannage et à la vente avec les fournisseurs. Formation commerciale générale à la vente projet. Kit marketing complet avec magasin en ligne pour PLV, papier en tête, documentation, etc. Agence en interne pour réalisation de pub personnalisée, refonte logo, etc.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *1 000 000 € en moyenne, avec une multiplication par 3 ou 5 du chiffre au bout de 3 à 5 ans.*

LA COOPÉRATIVE DES PISCINIERS : Du nouveau dans le secteur de la piscine

contact@cooperative-pisciniers.com
www.cooperative-pisciniers.com

Avec cette coopérative, voici une forme de « réseau » qui se distingue des autres centrales, franchises et autre groupements et qui a pris pour principe d'unir des pisciniers indépendants (fabricant, installateurs, négociants…), peu importe le métier et/ou la technique constructive utilisée. Ici ce n'est donc pas la technique qui fédère, mais une profession : celle de piscinier. Idée simple mais géniale, et qui fonctionne déjà très fort bien que la coopérative n'ait que quelques mois d'existence. Michel Houel, son Président (Génération Piscine) nous fait part de cette véritable « aventure humaine » :

" Il s'agit de se regrouper afin d'assurer une professionnalisation encore plus forte de notre activité, face à un marché où les marges sont de plus en plus difficiles à dégager et où le piscinier indépendant est de plus en plus isolé. Le référencement d'équipements de qualité et certaines exclusivités nous aideront déjà à gagner entre 10 et 20 % sur nos achats. Mais bien au-delà de ce côté purement financier, le but de notre groupement - qui ne dispose pas de structure ni de rémunération - est surtout d'améliorer nos conditions de travail et de maintenir des valeurs fortes. La coopérative est toute jeune mais l'objectif est clairement de rassembler de nouveaux membres pour assurer un parfait maillage du territoire et, de proposer toujours plus de services. Notre croissance nous permettra d'optimiser le partage de nos connaissances, de notre savoir-faire et de nos expériences. "

Nom : *La Coopérative des Pisciniers*

Date de création de l'enseigne : *Enregistrée le 20/12/2016*

Activité : *Améliorer par l'effort commun des associés, les conditions dans lesquelles ils exercent leurs activités dans le secteur de la piscine.*

Date de création du réseau : *20 décembre 2016*

Nombre d'adhérents : *8*

Implantation géographique : *Toute la France*

Implantation internationale : *Non*

Nombre de points de vente en France : *8*

Objectif : *50 sous 24 mois*

Lien juridique : *Statuts de Coopérative*

Obligations financières : *Acquisition des parts sociales (1 associé = 1 part) : 2 312,50 €. Droit d'entrée : 700 € HT.*

Cotisation mensuelle : *150 € HT.*

Autres obligations : *Adhésion à un règlement intérieur et en particulier obligation de réaliser au minimum 50 % de ses achats avec les fournisseurs et/ou produits référencés par la coopérative la première année d'adhésion, 60 % la deuxième et 70 % la troisième. Territorialité à respecter. Impossibilité d'adhérer simultanément à autre groupement.*

Services proposés par le réseau : *La coopérative offre dans un premier temps un catalogue de tarifs négociés, un service communication et un partage des savoir-faire des associés.*

Les services sont prévus pour évoluer dans le temps avec un catalogue, mise en place magasin, assistance juridique…

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *1 200 000 € d'achats référencés la première année, 4 000 000 € la deuxième année.*

MAGILINE : Un profil, sinon rien !

contact@magiline.fr
www.piscines-magiline.fr

Un réseau aussi développé a de quoi laisser rêveur. Christophe Leroy explique les raisons de cette incroyable réussite.

Christophe LEROY

" Tout d'abord, le concept. Il s'agit d'une technologie qui apporte une vraie valeur ajoutée sur le marché. Elle propose une solution complète, avec un concept de structure unique sur le marché, une filtration brevetée particulièrement fiable et efficace, un système de domotique intégrée pour une gestion efficace et un volet immergé. Chaque équipement est développé, fabriqué et maîtrisé en interne, au sein de notre outil industriel, en France. À ce sujet, nous sommes les seuls à bénéficier du Label Origine France.

Convention 2015

Ensuite, le profil. Nos adhérents sont très différents et issus de milieux professionnels très variés, du maçon au paysagiste en passant par… le piscinier. La richesse de ces profils est un atout. Mais la seule chose importante est de croire en notre technologie, donc de savoir la vendre et d'avoir la compétence technique pour la réaliser. C'est exclusivement ce type de profil qui nous intéresse et en ce sens nous sommes prêts à fournir une aide très importante. Nous insistons donc naturellement sur les formations techniques (ce qui est basique), commerciales mais aussi marketing. Nous avons en effet un service de communication en interne capable de leur fournir des conseils et de leur créer des supports, pour qu'ils parviennent à gérer au mieux leur propre communication, sur le site de leur activité.
Nous avons d'ailleurs mis en place un baromètre annuel nous permettant de suivre l'engagement Magiline auprès des clients et prospects. Rien n'est laissé au hasard.
Enfin, et nous venons déjà de l'évoquer, le marketing. Catalogue interactif, applications, activités sur les réseaux sociaux, jeux concours, campagnes télé, presse et internet… Tout est mis en œuvre pour fournir des leads à nos adhérents. Une vraie politique d'accompagnement, qui a incontestablement porté ses fruits ! "

Nom : *Piscines Magiline*

Date de création de l'enseigne : *1994*

Activité : *Conception et fabrication de piscines enterrées*

Date de création du réseau : *1994*

Nombre d'adhérents : *150 sur 4 continents*

Implantation géographique : *Toute la France*

Implantation internationale : *Belgique, Suisse, Pays Bas, Suède, Norvège, Allemagne, Autriche, Angleterre, Italie, Pologne, République tchèque, Slovaquie, Slovénie, Grèce, Algérie, Maroc, Tunisie, Chine, Malaisie, Indonésie, Vietnam, Laos, Cambodge, Inde, Népal.*

Nombre de points de vente en France : *98*

Objectif : *120 distributeurs dès décembre 2017 en France*

Lien juridique : *Concessionnaires, succursales*

Obligations financières : *Aucun droit d'entrée, aucun apport, aucun % sur CA.*

Autres obligations : *Engagement des concessionnaires du réseau à commercialiser uniquement notre concept de piscine, nos produits exclusifs développés en partenariat avec nos partenaires fabricants d'équipements et de produits d'entretien, à respecter notre charte graphique et les exigences qualité liées à notre positionnement Premium.*

Services proposés par le réseau : *Une formation complète technique et commerciale à l'entrée dans le réseau. Un programme annuel avec des sessions thématiques (produits/vente/marketing) pour une formation continue et la mise à niveau permanente des acquis. Au niveau marketing, un kit complet d'outils print (catalogues, argumentaires, dépliants) et internet (site web distributeur, Google Adwords géolocalisation…) et un accompagnement sur les actions locales (création, service agence internalisé) en support réseau.*

CA moyen escompté (au bout de 2 ans) : *de 600 000 à 1 500 000 €.*

EN CONCLUSION

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 réglemente 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 souhaitent 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.

ENSEMBLE PLONGEONS VERS L'AVENIR

LA COOPÉRATIVE DES PISCINIERS

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**.

VOUS ÊTES PISCINIER INDÉPENDANT ET VOUS SOUHAITEZ LE RESTER ?

REJOIGNEZ-NOUS !

Tout savoir sur
La Coopérative des Pisciniers

www.cooperative-pisciniers.com
contact@cooperative-pisciniers.com

LES PISCINES MIROIR AU BANC D'ESSAIS

Les piscines miroir peuvent faire peur aux professionnels. Leur réalisation est complexe et coûteuse (goulotte périphérique, bac tampon…).
Le réseau hydraulique demande plus de compétences que d'ordinaire. On peut aussi rencontrer des difficultés à gérer le bruit de cascade et de succion des reprises d'eau. L'aération de l'eau à l'arrivée dans le bac tampon provoque une libération de gaz carbonique et de trichloramines ce qui rend l'atmosphère agressive et déséquilibre l'eau.
Du point de vue du client, au début, il est émerveillé par le côté « zen » du bruit d'eau qui coule. Mais sur la durée, ce bruit 24h/24, y compris la nuit finit par l'agacer. Les premières factures d'électricité enfoncent le clou : le client ne s'attendait pas forcément à une facture si élevée : pour donner un ordre d'idée, l'installation hydraulique d'une piscine miroir de 4 m x 8 m fonctionnant 24/24h consommera environ 414€/mois. L'évaporation de l'eau plus élevée n'arrange rien à la facture d'eau et de chauffage.
Pour mieux appréhender les piscines miroir, au Centre de Formation de Pierrelatte (26) nous avons réalisé un bassin test qui a pour but de vérifier le véritable impact du débit sur les épaisseurs de lame d'eau, mais aussi la consommation électrique, la réaction du plan d'eau en présence d'un défaut de maçonnerie, la relation épaisseur de lame d'eau/bruit…

Manuel MARTINEZ
CFA Piscines Plerrelatte

QUEL DÉBIT EST NÉCESSAIRE ?

On doit différencier deux types de débits :
- débit nécessaire au recyclage de l'eau
- débit nécessaire à générer une lame d'eau suffisante

Le plan d'eau devant déborder sur la totalité de la périphérie, le calcul du débit nécessaire sera fonction de la longueur totale de débordement. Certains professionnels préconisent 2m³/h/ml de débordement, d'autres 3m³/h/ml. Qui croire ?

Ce que dit l'accord AFNOR : ***« La lame d'eau doit avoir une épaisseur de 3 mm minimum pour permettre l'évacuation correcte des impuretés de surface ».***

Alors… quel débit sera nécessaire pour avoir une *« évacuation correcte des impuretés de surface »* ? Nous avons réalisé un petit bassin test de 5,5 ml de périphérie de débordement, avec un défaut de maçonnerie de 4 mm. Pour faire varier le débit, nous avons installé une pompe à vitesse variable Pentair, qui a l'avantage d'afficher la consommation instantanée. Le circuit de refoulement est équipé d'un débitmètre à aiguille réglable Georges Fischer.

Dans le petit bassin-test, l'eau de la goulotte est évacuée par 4 écoulements gravitaires qui se jettent dans un bac tampon

> La théorie sur les calculs de débits en fonction de la lame d'eau désirée

Un certain BERNOULLI disait $Q = \mu.L.h.\sqrt{(2gh)}$ - *(ndlr Daniel BERNOULLI, Physicien a établi son Théorème en 1738)*

Q : débit en m³/s
µ : 0,38 à condition d'avoir une chute d'eau d'au moins 20 cm
L : longueur de l'arête de débordement en mètres
g : gravité 9,81
h : hauteur de lame d'eau en mètres

Pas de panique, ce n'est pas si compliqué. Prenons une piscine de 8 m x 4 m soit 24 ml. Si l'on souhaite obtenir 5 mm de lame de débordement, **il nous faudra un débit de :**
Q = $0{,}38 \times 24 \times 0{,}005 \times \sqrt{(2 \times 9{,}81 \times 0{,}005)}$
Q = 0,01428 m³/s, soit 51,4 m³/h
Cela équivaut à 2,2 m³/h par mètre linéaire de débordement.

Vérifions cette théorie sur notre banc d'essai, dans des contraintes matérielles réelles.
D'abord, nous devons procéder au réglage du débitmètre à aiguille.
À 2000 rpm tours/minute, le bac tampon est descendu de 10 cm en 14,2 sec.
Les cotes intérieures du bac tampon sont de 57 cm x 100 cm.
Nous pouvons donc en déduire le débit réel de la pompe dans cette configuration :
Q = (0,57 x 1 x 0,1) / 14,2 = 0,004 m³/s, soit 14,5 m³/h

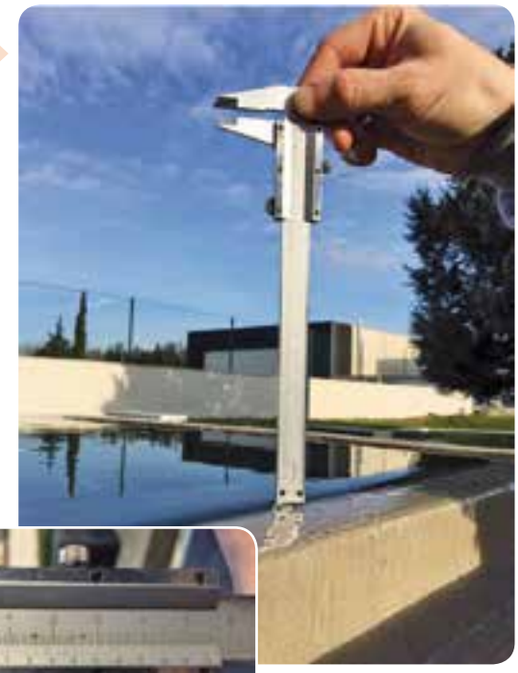
Pour faciliter l'approche, nous réglerons le débitmètre directement en m³h par mètre linéaire de débordement. Dans ce cas, nous avons 5,5 mètres linéaires.
Le débit de 14,5 m³/h correspond donc à 2 ,65 m³/h par mètre linéaire de débordement.
Réglons le débitmètre…
L'expérience peut commencer !

Nous allons mesurer ce qui se passe réellement en présence de débits de refoulement de 1m³h/ml, puis 1.5, 2, 2.5, 3, 3.5.

> Principe de mesure

On voit bien l'épaisseur de lame d'eau

10 points de mesure répartis sur la périphérie



Nous utilisons la jauge de profondeur du pied à coulisse et venons faire affleurer la lame d'eau

Le pied à coulisse permet une mesure précise au 1/10e de millimètre

> Voici les résultats du test

1m³h/ml
Résultat 2,7 mm de lame d'eau

1,5m³h/ml
Résultat 3,4 mm de lame d'eau

2m³h/ml
Résultat 4,1 mm de lame d'eau

2,5m³h/ml
Résultat 4,8 mm de lame d'eau

3m³h/ml
Résultat 5,5 mm de lame d'eau

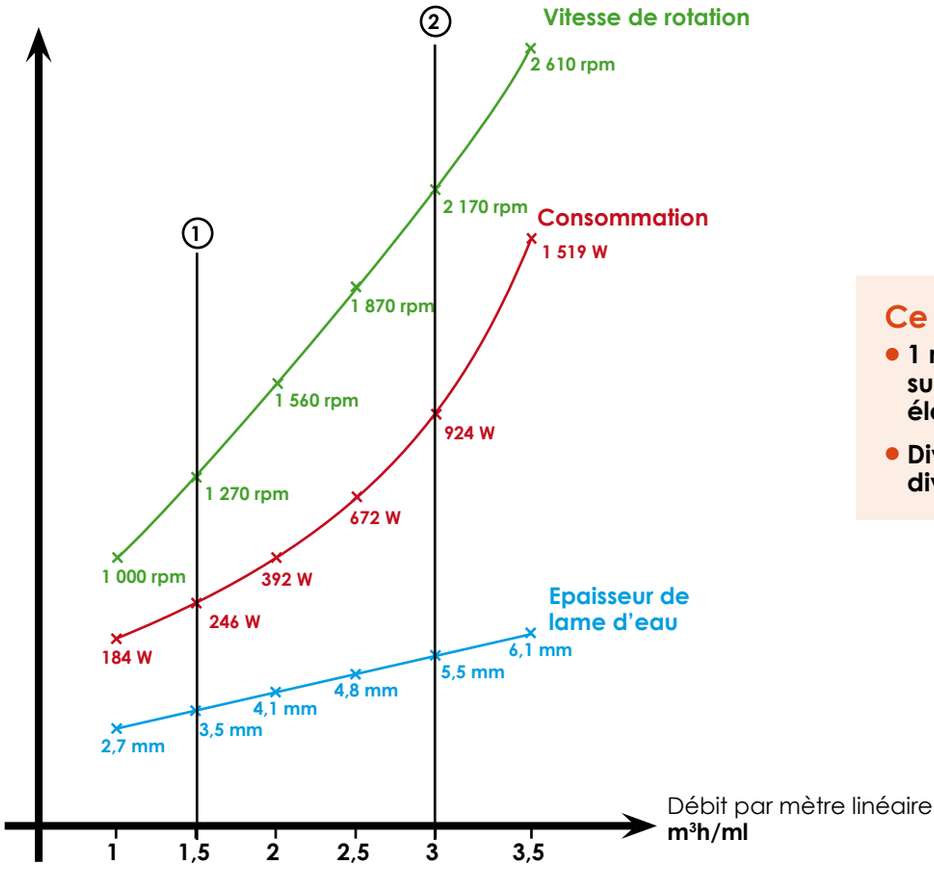
3,5m³h/ml
Résultat 6,1 mm de lame d'eau

> Conclusions

- **En circonstances réelles**, il nous faut un débit supérieur de 20% à celui prévu par la formule théorique.
- **A partir de 1,5 m³h/ml**, on constate une esthétique parfaite, même avec un défaut de maçonnerie de 4 mm. On remarque aussi qu'à ce débit le bruit est très réduit.
- **A 3 m³h/ml**, on obtient un nettoyage très rapide de plan d'eau sans qu'aucune impureté ne « coince » sur l'arête de débordement. Mais l'ensemble devient bruyant, et la consommation augmente de manière exponentielle.

Examinons de plus près les données dans un graphique (page suivante). Cela va nous permettre de trouver un compromis astucieux.

> Les résultats à la loupe



Ce qu'il faut retenir de ce test

- **1 mm de lame d'eau supplémentaire = consommation électrique multipliée par 2**
- **Diviser le débit par 2 = diviser la consommation par 4**

L'INTÉRÊT DE LA POMPE À VITESSE VARIABLE DANS LE CAS DES PISCINES MIROIR

Reprenons le cas d'une piscine miroir 8 m x 4 m fond plat 1,3 m
Le débit nécessaire pour assurer un bon nettoyage de surface est de 3 m³ x 24 ml, soit 72 m³/h

On peut envisager l'installation hydraulique suivante :

- Pompe de filtration de 12 m³/h (temps de recyclage inférieur à 4 h)
- 2 pompes de gavage (dont le flux ne passe pas par le filtre) à vitesse variable 30 m³/h

On obtient un total de 72 m³/h

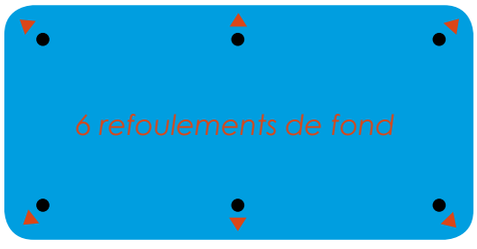
L'astuce consiste maintenant à programmer les pompes à vitesse variable à mi-vitesse avec un cycle de 15 min à pleine puissance toutes les 3 heures en journée. Nous obtiendrons un plan d'eau de belle esthétique, avec une consommation électrique divisée par 4 et un bruit considérablement réduit.

COMMENT GÉRER LES DÉFAUTS DE MAÇONNERIE ?

Augmenter le débit pour compenser les défauts de maçonnerie n'est pas la bonne solution. Si vous disposez les refoulements de fond comme indiqué ci-dessous, vous pouvez « travailler » votre plan d'eau de manière à favoriser le flux vers les arêtes de débordement les plus hautes.

Vous pouvez ainsi compenser les petits défauts de maçonnerie sans augmenter le débit.

Exemple de placement des refoulements de fond



Si chaque refoulement de fond est installé séparément, un bridage partiel bien choisi permettra de travailler le plan d'eau au besoin.

On voit bien l'effet bombé du plan d'eau

LE DIMENSIONNEMENT DU BAC TAMPON

Certains disent qu'il doit avoir une capacité de 10% du volume de la piscine, d'autres disent 5%. Mais finalement, à quoi sert-il ? Revenons encore sur notre piscine 8 m x 4 m x 1,3 m.

Il doit absorber les variations de volume suivantes :

- les baigneurs (on compte 1 baigneur de 70 litres pour 4m² maxi) : **560 litres**
- la couverture immergée une fois enroulée fait monter le niveau d'1 cm : **320 litres**
- la lame de débordement et les goulottes qui se vident lorsqu'on arrête la filtration environ 1 cm du plan d'eau : **320 litres**

Tous ces paramètres sont liés à la surface du bassin (3,7cm) et non à son volume. Si on part sur un taux de remplissage maximum de ¾ du bac tampon, on peut considérer qu'il doit pouvoir contenir de 5 cm du plan d'eau.
Dans le cas de notre piscine 8 m x 4 m, il est facile de calculer que 1,6 m³ suffisent.

> Et si on éliminait le bac tampon ?

Poussons le raisonnement encore plus loin…

Les principaux inconvénients des piscines miroir sont :

- le coût (lié à la construction du bac tampon),
- le bruit de succion des reprises d'eau,
- la gestion difficile du TAC…

Nous avons conclu que si on surdimensionne la goulotte, elle peut servir de « goulotte tampon ». Par exemple, si elle fait 25 cm x 65 cm, elle a une capacité de 100 litres par mètre linéaire (remplie aux 2/3). Dans le cas de notre 8 m x 4 m, nous obtiendrons 2,4 m³ de volume tampon. C'est largement suffisant. Mais le surcoût, le bruit, et le dégazage sont quasi supprimés.

En prolongement de cette étude, nous avons collaboré avec la société ISI-MIROIR au développement d'une goulotte tampon qui facilite la réalisation des piscines miroir. Elle a été présentée en situation réelle à notre journée technique annuelle, le 9 février à PIERRELATTE.

CONCLUSION DU TEST

1 - Hydraulique : prévoir 3 m³h/ml de débordement

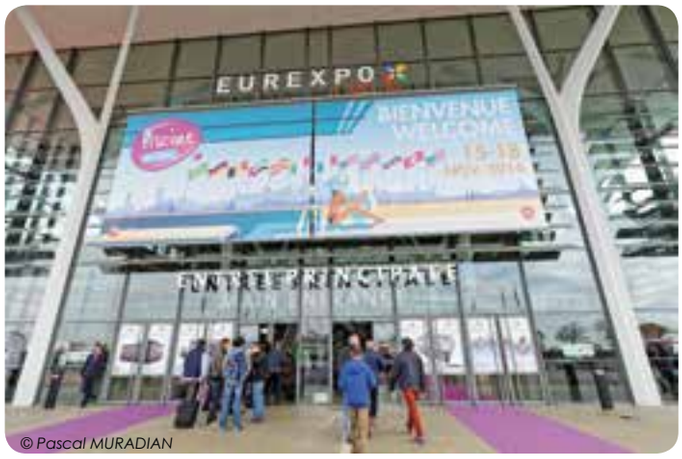
2 - Privilégier des pompes de gavage à vitesse variable que vous ferez fonctionner à mi-régime pour diviser par 4 la consommation électrique. Programmer un fonctionnement à pleine puissance toutes les 3 heures pendant 15 mn pour nettoyer parfaitement le plan d'eau.

3 - Le volume tampon doit pouvoir contenir 5 cm du plan d'eau. Dans la majorité des cas, une « goulotte tampon » suffit. C'est une solution peu onéreuse, silencieuse et qui facilite la gestion du pH

4 - Tirez vos refoulements de fond séparément, vous pourrez ainsi travailler votre plan d'eau pour rattraper des petits défauts de maçonnerie en bridant partiellement les bonnes vannes sans devoir augmenter la puissance hydraulique. Bien sûr, ce réglage doit être assuré par le professionel et non par le client.

Nous remercions Manuel MARTINEZ, ainsi que les étudiants du CFA IFIR "métiers de la piscine" de Pierrelatte en 2e année, Bastien GUILHOT et Ferdi FURTUN, pour ce très bel exposé pour les lecteurs de Spécial PROS.

PISCINE GLOBAL 2016
un succès qui ne se dément pas



© Pascal MURADIAN

Piscine Global 2016 a confirmé en novembre sa position de salon référent de la filière piscine et spa. Plébiscité par les visiteurs et les exposants présents, ce salon international demeure LE rendez-vous incontournable du secteur. Un rendez-vous qui a pris cette année une nouvelle dimension avec le lancement, sur le salon, de la nouvelle marque du réseau.

Visitorat en hausse de 6,6 % cette année !

Piscine Global 2016 a réuni 596 exposants de l'ensemble de la filière piscine et spa. En hausse de 6,6 %*, le visitorat a ainsi atteint 17 876 professionnels, dont notamment de nombreux « Top Buyers » français et internationaux.

Noémi PETIT, Directrice du Salon, indique, enthousiaste :

"Nous avions des objectifs très clairs en préparant cette 27e édition. Trois missions se dégagent particulièrement pour notre organisation : satisfaction des visiteurs par la qualité de l'offre et des services rendus sur le salon (accessibilité, accueil, hospitalité, conférences, formation, restauration, animations), satisfaction de nos exposants par la mise en valeur de leurs produits et la quantité et qualité des visiteurs, et enfin faire du salon le carrefour de rencontres importantes pour la filière et pour l'avenir. Ce salon a été dense en préparation, mais la majorité des dispositifs que nous avons mis en place sur cette édition ont favorisé la qualité et la quantité du visitorat. Les professionnels français ont déclaré retirer un bénéfice majeur de leur visite dans l'exercice de leur profession et les acteurs internationaux ont découvert le plus international des salons avec une offre tellement variée qu'ils envisagent déjà leur retour en 2018. En tant qu'organisateurs, nous sommes ravis du soutien de la profession notamment au travers de notre partenariat avec la FPP, mais aussi avec le soutien de tous les autres partenaires presse et fédérations du salon. Enfin, nous tenons à remercier nos exposants des présentations magnifiques notamment en design de stand qu'ils ont préparées pour cette édition."

Noémi PETIT

Le salon en quelques chiffres :

→ **+ 6,6 % D'EXPOSANTS***

+ 5,75 % Construction, Installation

+ 16,9 % Distribution

+ 2 % Collectivités publiques et établissements de tourisme et loisirs

+ 10 % Conception et design

→ **1276 MARQUES**

→ **+6,6 % DE VISITEURS***

39 % de visiteurs internationaux

Europe : **+12,3 %**

Asie : **+15,8 %**

Moyen-Orient : **+7,5 %**

Des espaces et temps forts pour répondre aux attentes des professionnels

Les visiteurs ont ainsi été séduits, en fonction de leurs affinités et de leurs profils, par les nombreux temps forts proposés sur l'événement :

- Près de 30 conférences,
- le Pool Summit,
- Showroom Academy,
- Piscine Innovations,
- Pool Vision qui met à l'honneur les plus belles piscines du monde,
- les démonstrations en situation réelle du Festival Aquafitness ou des Piscine Water Tests,
- les journées thématiques dédiées aux collectivités, aux prescripteurs ou encore aux établissements de tourisme et de loisirs ou
- les speed meetings (service de rendez-vous d'affaires)…

De quoi répondre aux attentes de chacun !

Espace Pool Vision

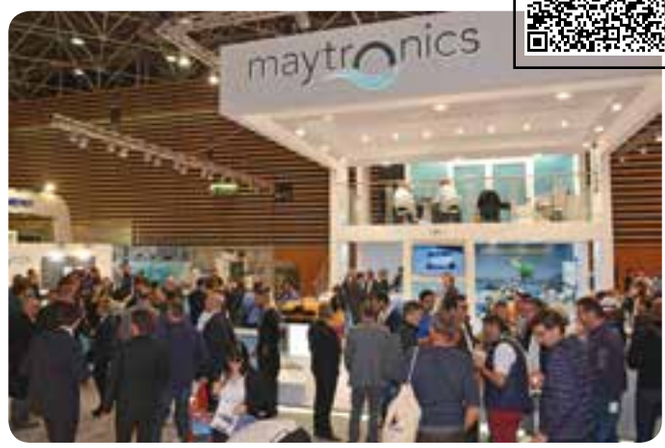
Conférence Piscine Global 2016

*Par rapport à l'édition 2014.

Nous ne pouvons mettre dans ces pages le millier de photos rapporté par nos équipes.

Retrouvez le reportage complet sur www.eurospapoolnews.com

Stand WELLIS



Stand MAYTRONICS

Au hasard des stands, nous avons demandé à quelques exposants ce qu'ils ont pensé du salon :

Philippe GRARD - Président de POOL TECHNOLOGIE

"Bonheur et partage, tels sont les maitres mots de cette édition exceptionnelle. En effet, qu'il s'agisse de Pool Technologie à proprement parler ou de la profession en général, je suis convaincu que cette édition 2016 fut l'un des meilleurs crus.
Personnellement, c'est mon 9e salon et j'ai eu cette fois-ci le sentiment que Piscine Global s'était surpassé, tant pour la qualité des stands, que pour l'importance de la fréquentation. L'ensemble des participants, visiteurs et exposants, ont été heureux de se rencontrer et d'enrichir leurs relations. Les années difficiles ont été oubliées. On a pu entretenir et nouer de nouvelles relations dans les meilleures conditions possibles.
Tout le monde était donc satisfait, sans compter que ce fut pour nous l'occasion d'organiser notre 25e anniversaire. Là aussi, un grand moment de partage et de festivités autour de nos 2 stands, avec beaucoup d'instants conviviaux ."

Stand POOL TECHNOLOGIE

Sarah GUEZBAR - Directrice Administrative et Financière chez POOL TECHNOLOGIE

"Un rendez-vous réussi pour les 25 ans de POOL TECHNOLOGIE ! Nous avons été impressionnés et enthousiasmés par cette dernière édition. L'augmentation du nombre de visiteurs internationaux démontre, encore une fois, la notoriété de l'événement sur la place mondiale. Pour POOL TECHNOLOGIE, le salon représente un point d'orgue, un temps fort en termes de business, de relations humaines et de cohésion d'équipe.
Ce rendez-vous incontournable est bien sûr également un baromètre du marché de la Piscine et du Spa et l'édition 2016, portée par la qualité des stands et la richesse de l'offre, a révélé un marché qui se porte bien, à nouveau en effervescence. La réussite de ce salon a mis également à l'honneur la « French Tech » : le savoir-faire français dans le domaine de la piscine est mondialement reconnu !
En outre, nous avons ressenti le changement que vivent les professionnels, notamment internationaux : le consommateur, plus averti, recherche la compétitivité bien sûr, mais aussi, et plus que jamais, la qualité. Par ailleurs, le design a désormais une place à part entière dans l'offre des nouveaux équipements. Le client cherche à être convaincu tant par les performances du produit que par son esthétisme.
En termes d'offre, le salon a été marqué par l'émergence de nombreuses solutions de traitement pour les piscines publiques et collectives, domaine que nous avons investi depuis de nombreuses années. Nous partagions d'ailleurs un stand avec notre partenaire Hexagone, afin de présenter nos offres respectives dans ce segment et notamment notre solution PURE CHLORE, qui intéresse tout particulièrement les collectivités.

Pour conclure, je dirais que ce rendez-vous lyonnais fut une belle occasion aussi pour nous de fêter, dans une ambiance conviviale, nos 25 ans d'existence. Un anniversaire que nous avons célébré autour des nombreuses nouveautés que présentait POOL TECHNOLOGIE. Ce bilan positif nous conduit à préparer sereinement les saisons à venir, pour répondre toujours mieux aux exigences de nos clients.

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

Christophe DURAND - Directeur Marketing et Communication chez PROCOPI

"Après 8 ans d'absence, nous sommes revenus exposer sur Piscine Global et aujourd'hui je peux dire que nous ne le regrettons pas, car le salon a indéniablement monté en qualité ! Notre retour a été motivé par d'importants changements d'organisation. Une évolution très bénéfique, qu'il s'agisse des stands, l'espace Piscine Water Tests, des speed meetings, des conférences et des ateliers. On peut même dire que l'offre était presque trop importante et qu'il était donc difficile de profiter de l'ensemble des évolutions proposées. La priorité revenant à nos clients et prospects.

L'élément essentiel reste pour nous l'espace Piscine Water Tests qui nous a permis d'emmener systématiquement tous nos visiteurs sur cet espace technique de test en grandeur nature… à tel point que nous étions plus souvent présents sur Piscine Water Tests que sur notre stand principal !

Eric GUIMBERT, notre directeur du Pôle Technique et son équipe, ont d'ailleurs relevé le challenge d'organiser 5 ateliers différents, dont un atelier central exposant une piscine en eau et en fonctionnement, équipée d'un système de nettoyage intégré par le fond. Piscine Water Tests est un véritable outil, pour nous indispensable, afin de démontrer in situ les qualités de nos équipements, comme le silence de nos PAC Climexel et le travail du Pole technique sur des sujets essentiels pour nos clients comme l'optimisation hydraulique ou le traitement de l'eau. Ce pôle d'attraction devrait d'ailleurs, à mon avis, être encore mieux valorisé sur le salon, avec une implantation centrale."

Stand PROCOPI

marketing@procopi.com / www.procopi.com

APF et son président **Clément CHAPATON**,
parrain de la promotion du Centre de Formation UFA de Pierrelatte

Pour ses 30 ans d'exercice dans le métier de la piscine, ***M.*** *et* ***Mme MOCQUERY*** *(de PISCINES DUGAIN) reçoivent les PALMES D'OR des mains du Président de la FPP,* ***Gilles MOUCHIROUD***

Remise des diplômes aux lauréats du concours MAF 2016 (un des Meilleurs Apprentis de France)

Remise des Trophées Piscine Innovations lors de la 1re soirée de gala Piscine Global 2016

Romain HARDY
Directeur Général d'OCEDIS

"Nous avons toujours exposé au salon de Lyon, dès la création de la société Ocedis (en 2003), et on peut dire que cette édition 2016 fut sans aucun doute excellente. Notre stand a pris plus d'ampleur cette année et il a bénéficié d'une fréquentation encore plus intense, preuve que les échanges avec les clients et prospects se sont accrus. Marquée par une présence internationale, cette année nous a permis de multiplier les contacts avec l'Afrique et l'Europe de l'Est. Nous nous sommes donc concentrés sur les rencontres qui se sont faites sur notre stand, sans profiter des nombreuses animations proposées par l'organisation…
Face à une montée en puissance des technologies et des services associés aux métiers de la piscine, ce type de manifestation devient incontournable, d'autant que Lyon représente « le » salon mondial. On peut aussi dire que cela nous permet de prendre la température sur ce que sera l'avenir. Cette édition présage donc d'un avenir très prometteur pour notre secteur !"

Stand OCEDIS

info@ocedis.com / www.ocedis.com

MELSPRING fête ses 80 ans

DESJOYAUX les 50 ans

***Yoann et Richard CHOURAQUI** réunis pour les 30 ans d'HEXAGONE*

Les 10 ans de SEAMAID

***Pascal et Julien GONICHON** bien entourés pour les 30 ans de DOM COMPOSIT*

Emmanuel DE CARVALHO
Gérant de WOOD

"Notre sentiment est à coup sûr identique à celui de l'ensemble de nos confrères : nous sommes satisfaits ! Certes, le fait pour notre secteur d'avoir réalisé une très bonne année, nous a prédisposés à passer un très bon salon ! Les clients sont venus en nombre avec pour points communs : sourire et curiosité. Donc, nous ne pouvons que nous réjouir de cette édition qui nous a permis de conforter le retour très positif de nos clients et de nous assurer d'excellentes prévisions pour 2017.

Le salon a également été l'occasion de présenter et d'informer sur notre nouvelle usine de liner qui débute son activité en ce début d'année. Ce nouvel outil de production, tout comme nos nouveautés produits (notamment les cache-pieds Woopy et Spoty) ont été très bien perçus et ont reçu un accueil très enthousiaste de la part de nos visiteurs.

Très occupés par un afflux constant de visiteurs, nous n'avons pas eu le temps de participer aux animations proposées, ni d'aller faire un tour de salon pour saluer nos confrères, comme nous le faisions à chaque édition précédente… d'autant que notre stand, particulièrement convivial à l'heure du déjeuner, était en permanence pris d'assaut ! "

Stand WOOD

info@wood.fr / www.wood.fr

Stand AQUAVIA

Stand ACIS

Stand ALUKOV

Stand NEXTPOOL

Stand RP INDUSTRIE / Soleo

Stéphane AURIACOMBE - Gérant de TOUCAN

"Depuis 20 ans, nous participons au salon car nous sommes convaincus de l'importance des rencontres qui s'y font, qu'il s'agisse des échanges avec les clients (pour nous, en l'occurrence des distributeurs), avec les prospects mais aussi avec les clients de nos clients. C'est une formidable source d'informations et de remontées terrain, indispensable pour l'élaboration de nos produits. C'est aussi l'occasion d'assurer suivi et prescription auprès des pisciniers.
Pour cette année 2016, particulièrement « porteuse », nous avons fait l'effort d'investir dans le style « jungle » qui nous est propre, pour un stand haut en couleur et très attractif. Il faut aussi préciser que le fait d'avoir remporté le Trophée de l'Innovation dans la catégorie « services » avec notre présentoir, a été un moment très fort. Cela a créé le buzz et provoqué un important flux de fréquentation. Les produits présentés à l'entrée représentent également un support de communication très intéressant en offrant une vitrine d'une excellente visibilité."

Stand TOUCAN

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

***Bertrand LEGROS** (EZ LUNA 10) avec son trophée*
Catégorie Entretien / Matériel d'entretien

***Emmanuel ATTAR** (POOLSTAR)*
récompensé pour sa douche solaire Cobra
Catégorie Outdoor / Living pool

MR Piscines 4e prix du challenge Alliance d'HAYWARD
*remis par **Claire Point** - Directrice Marketing*

Flavien GUIET - Fondateur et pdg de VOLITION SPAS GROUP

"Ce salon fut très intéressant en raison de la qualité de la fréquentation et des contacts très porteurs que nous avons pu tisser. Bien sûr, les vrais résultats de ces rencontres ne se concrétisent qu'après… grâce à un travail efficace et rapide en aval.
Je souhaite pourtant apporter deux bémols à cette analyse très positive. Tout d'abord, le pari quasiment gagné d'avance d'un salon qui se déroule avec un secteur porteur comme celui de la piscine, à un moment où tout le monde ou presque peut se féliciter d'une année 2016 particulièrement réussie.
Ensuite la vision pas forcément compatible entre les intérêts des exposants, qui payent beaucoup trop cher, qui sont soumis à toujours plus de contraintes. Et ceux de l'organisateur qui ne fait qu'en récolter les fruits.
Le défaut d'intérêt commun est dangereux à terme et peut logiquement conduire à un changement de politique de la part des exposants…"

Stand VOLITION

contact@volition-group.com / www.volition-spas.com

Daniel GIL - Responsable commercial France et Europe du nord chez Hayward

« Riche en qualité et en quantité ! Le niveau du salon s'est élevé, tant sur les stands que sur l'exposition en général. C'est mon 3e salon et c'est pour moi le meilleur.
Pour cette édition, nous avions d'ailleurs doublé la surface de notre stand et mis l'accent sur un accueil festif et convivial, dans le but de célébrer dignement nos dernières acquisitions (groupe espagnol Kripsol et entreprise barcelonaise Sugar Valley). Nous avons également profité de l'émulation du salon pour remettre les prix du challenge lancé auprès des revendeurs Alliance, sur la période de mars à juillet 2016 (pour les revendeurs du réseau Alliance, il s'agissait de cumuler un maximum de points sur une sélection de produits vendus). Des animations et des démonstrations sur grand écran, la présentation de notre nouvelle gamme à destination de la collectivité nous ont occupé au point de ne pas pouvoir, cette année, participer au Piscine Water Tests ! »

Stand HAYWARD

contact@hayward.fr / www.hayward.fr

Stand VEGAMETAL

Stand PROPULSION SYSTEMS

Stand ASCOMAT

Stand HYDRALIANS

Stand KRIPSOL

Stand FIJA

Stand CCEI

Stand INTERPLAST

Stand FILTRINOV

Stand FLUIDRA

Laure MANAUDOU et Michel MORIN *(MONDIAL PISCINE)*
en visite sur le stand EuroSpaPoolNews

Stand EVERBLUE

Stand POOLSTAR

Richard LACHANCE, Robert DAVIS, Gery HAYART
(HAYWARD)

Stéphane FIGUEROA
et Louis SALVADOR
(ASTRALPOOL)

Nanette CALLENS, Éric GALAIS,
Linda RAKERS (SCP)

VincenT QUÉRÉ, Marie-Pierre FRAYCHET,
Stéphane LEDRU *(MAYTRONICS)*

Fabien SAUSSAC *(FILTRINOV),*
Sarah GUEZBAR *(POOL TECHNOLOGIE)*

Stand REXAIR

Sophie GONZALEZ
et Stéphanie MORIN *(ASTRALPOOL)*

Pascal FLEUTELOT, Michael SPURGIN,
et Marc LUCIAN *(AQUA France)*

L'équipe de Spécial PROS, composée d'une dizaine de personnes et complétée d'une douzaine d'étudiants a sillonné pour vous toutes les allées du salon Piscine Global, parvenant à visiter les presque 600 exposants de cette édition 2017 !

Evidemment, une telle profusion de nouveautés en produits et services peut difficilement être publiée dans son intégralité. C'est pourquoi nous vous proposons dans les pages suivantes notre première sélection, en nous excusant par avance de ne pouvoir y faire figurer toutes les sociétés et nouveautés découvertes. Beaucoup d'actualités et nouveaux lancements de produits ont déjà été relayés en ligne depuis ce début d'année sur notre site web, www.eurospapoolnews.com, et nous continuerons à le faire tout au long des prochaines semaines, ainsi que dans nos newsletters, à guetter chaque vendredi dans vos boîtes mails !

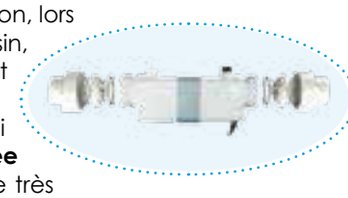
Si vous n'êtes pas encore abonnés, pour les recevoir, faites-en la demande par email à contact@eurospapoolnews.com et recevez chaque semaine notre florilège d'informations, pour rester connectés avec l'industrie de la Piscine et du Spa !

CCEI

L'électrolyseur Limpido se réinvente pour la nouvelle saison

L'électrolyseur automatique Limpido est l'un des best-sellers de la gamme d'électrolyseurs CCEI, vendu à plusieurs milliers d'exemplaires chaque année. À l'écoute de ses partenaires, le fabricant fait évoluer son électrolyseur en lui ajoutant des fonctionnalités destinées à le rendre encore plus efficace et toujours aussi simple à utiliser.

La nouvelle génération de Limpido est équipée d'un programme CHOC, actif pendant 24 heures, lui permettant d'augmenter temporairement sa production de chlore. Cette fonction s'avère très utile en début de saison, lors de la remise en service du bassin, nécessitant souvent un traitement choc de l'eau.



En outre, l'appareil est fourni avec la **nouvelle cellule fabriquée par CCEI, le X-CELL**. Cette cellule très efficace est **évolutive**, grâce à son emplacement prévu pour un injecteur de pH+ ou pH-.

Enfin, pour encore plus de simplicité à l'utilisation, **le Limpido a vu son interface évoluer, avec notamment de nombreux témoins lumineux visibles en façade**. Destinés à contrôler son fonctionnement, ils indiquent : débit détecté, manque ou surplus de sel, production optimale, etc. Lors du démarrage, l'électrolyseur ajuste automatiquement la production de chlore en fonction du taux de sel et de la conductivité de l'eau. Pour activer le programme CHOC, l'utilisateur n'a qu'à presser un simple bouton.

Pour la nouvelle saison, l'électrolyseur s'affiche avec encore plus de fonctionnalités et plus de simplicité !

contact@ccei.fr / www.ccei.fr

VOLITION SPAS

IPANEMA : un spa lumineux !

Ce spa cumule les atouts : il est **ultra compétitif** (de 3 990 à 5 990 €, il affiche un prix similaire à celui d'un gonflable), très beau (c'est sans conteste l'un des plus beaux spas roto-moulés) et **lumineux grâce à un rétroéclairage led !** Mais ce n'est pas tout : il est aussi écolo puisqu'il est entièrement **fabriqué à partir de plastiques 100 % recyclables.**

Côté équipement, tout y est : spot de chromothérapie led, réchauffeur, ozonateur, pompe d'hydromassage, 10, 23 ou 31 jets hydromassants selon le modèle et couverture isothermique.

3 versions sont proposées de 3 à 4 places, toujours très confortables.

contact@volition-group.com / www.volition-spas.com

BAYROL

La gamme Chlorilong, marque ombrelle des galets de chlore

BAYROL rend sa gamme de galets de chlore plus compréhensible et s'adapte ainsi à tous les besoins du marché. **Segmentée en 3 catégories, CLASSIC, POWER5 et ULTIMATE7, Chlorilong® s'adresse aux différents propriétaires de piscine.**

Chlorilong® CLASSIC, vise les utilisateurs qui souhaitent s'occuper intégralement du traitement de leur piscine. En seaux de 1,5 / 5 / 10 kg, il détruit les bactéries et impuretés présentes dans l'eau. Ce galet de chlore stabilisé de 250 g limite la dégradation du chlore actif par les rayons UV par son action stabilisante, procurant ainsi une désinfection permanente. Chlorilong® CLASSIC BLOC, en galets de 500 g agit avec une dissolution lente, efficace pour 2 à 3 semaines.

Chlorilong® POWER5, cible les pragmatiques qui veulent se simplifier la vie en allant à l'essentiel. En seaux de 5 et 10 kg, il offre 5 fonctions de traitement de l'eau : désinfection, prévention des algues et du calcaire, clarification continue et stabilisation du chlore. Sans sulfate de cuivre, il respecte les revêtements de la piscine et les équipements. Non comburant, il garantit plus de sécurité lors du transport et du stockage. En version BLOC, le traitement est efficace pour 15 jours, pour un bassin jusqu'à 30 m³.

Enfin, Chlorilong® ULTIMATE7 se destine à ceux qui attendent le meilleur résultat pour leur piscine. Conditionnés en seaux de 4,8 kg, ces galets de chlore bi-phases assurent 7 fonctions dans l'eau de piscine : désinfectant, stabilisant, clarifiant, anticalcaire, anti-algues, traitement choc du filtre et traitement choc du bassin. La première phase correspond à la désinfection intensive du filtre avec une dissolution de la couche bleue du galet en 10 mn, suivie en seconde phase d'une dissolution lente de la couche blanche assurant une désinfection de l'eau continue durant 7 à 10 jours. Le galet contient également du clarifiant, ainsi qu'un stabilisateur de dureté, évitant les dépôts de calcaire. La formule est sans sulfate de cuivre pour mieux respecter les revêtements et équipements.

La version ULTIMATE7 BLOC est une combinaison de galets de chlore et granulés anti-algues, dans un diffuseur réglable, permettant un traitement complet pour un bassin jusqu'à 50 m³ pendant 15 jours. Chacune des 3 formules se décline en traitement hebdomadaire, ou de longue durée (BLOC).

Elles bénéficient toutes de la **technologie A.P.O™, une méthode de compression brevetée qui rend le galet très compact et non friable, pour une dissolution lente.**

Tous les seaux de la gamme de traitement hebdomadaire sont pourvus de la **capsule innovante Clorodor Control®, qui neutralise les odeurs de chlore dans l'air.**

www.bayrol.fr / www.bayrol.fr

Flexinox POOL
Things well done

CAYMAN
douche cascade, canon à eau…

La nouvelle gamme d'accessoires destinée à l'animation des bassins, tout particulièrement orientée wellness

- **Qualité AISI 316L**
- **Nouvelle conception**
- **Nouveau design à prix compétitif**

Tel. +34 (0)932 232 662
customer@inoxidables.com
www.flexinoxpool.com

OASE

Les systèmes hors-sol pour couvertures automatiques

Fabricant depuis plus de 45 ans des couvertures automatiques de piscines, Oase porte à présent son attention sur le stockage de leur système. Il propose ainsi de les dissimuler dans un **coffre élégant, pouvant également servir de banc, habillé de panneaux démontables en PVC ou en bois** (selon le choix du client).
Oase fabrique aussi un **système avec banc amovible, équipé de roulettes sur rails, permettant de recouvrir des piscines de différentes formes**, telles que les piscines rondes ou ovales. Le banc se déplace alors vers le milieu de la piscine, puis la couverture se déroule sur les deux côtés du bassin.

Les systèmes hors sol ont l'avantage notamment de permettre une installation en intérieur ou en extérieur et sont parfaits pour couvrir des bassins déjà existants.
En plus de l'offre permanente de lames de volets PVC, l'entreprise exporte depuis plus de 10 ans vers plus de 30 pays une gamme de haute qualité de lames en polycarbonate, figurant parmi les spécialistes leaders pour les couvertures durables.

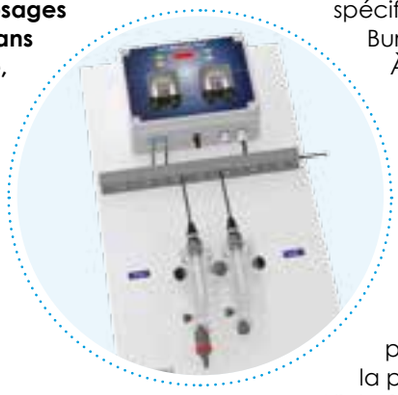
info@oase.be / www.oase.be

SYCLOPE ÉLECTRONIQUE

Régulateurs pH, Redox et produits rémanents sans chlore pour piscines privées

Syclope Électronique, expert dans l'analyse et la régulation pour le traitement de l'eau de piscine, propose une gamme complète de régulateurs pH, Redox (ORP) et produits rémanents sans chlore pour piscines privées.
La gamme HYDRO permet les mesures et dosages en pH-oxydant et produits rémanents sans chlore (oxygène actif) de façon fiable, en toute sécurité, évitant les surdosages intempestifs de produit. Elle se décline en 4 solutions, pour optimiser la qualité de l'eau des piscines privées :

- **Hydro'pH** - mesure et régulation du pH
- **Hydro'ORP** - mesure et régulation du Redox
- **Hydro'pH-ORP** - mesure et régulation du pH et du Redox
- **Hydro'pH+/pH-** : mesure et régulation automatique du pH+ et du pH-.



Le régulateur automatique permet le réglage de la puissance de dosage pH+/pH-/Redox (coefficient proportionnel) et se décline avec plusieurs débits de pompe : 0,4 – 0,8 – 1,6 – 2,4 l/h. Selon le modèle, il est équipé d'une électrode de pH ou/et Redox. Il affiche clairement les paramètres et consignes de dosage pour une utilisation simplifiée et une totale sécurité. Plusieurs alertes sur voyant et par affichage signalent l'insuffisance de produit ou l'arrêt de la filtration.
La gamme HYDRO est personnalisable avec logo et lexan aux couleurs de votre société, ainsi que caractéristiques spécifiques de fonctionnement (à définir avec le Bureau d'Etudes).
À combiner avec l'HYDRO pH, **HYDRO'Tempo permet le dosage de produits rémanents sans chlore, ainsi que la compensation du temps de dosage en fonction de la température de l'eau** (option HYD0001). Il est pourvu d'une horloge journalière avec réserve de marche programmable par pas de 10 mn.
Ces dispositifs peuvent être connectés à **HYDRO'Com, l'interface de communication** permettant la gestion à distance de la piscine.
L'interface permet d'agir et de transférer des données concernant : les paramètres de l'eau, les éclairages, le robot de nettoyage, la pompe de filtration, le chauffage, le niveau de cuve (produits). Ces actions peuvent être effectuées sur mobile/tablette/pc depuis **HYDRO.MYSYCLOPE.COM** sans abonnement.
Pour tout complément d'informations, SYCLOPE vous rapprochera de l'un de ses installateurs.

contact@syclope.fr / www.syclope.fr

POOL TECHNOLOGIE

e-Pool, l'outil intelligent au service du confort !

Entretenir sa piscine du bout des doigts, c'est désormais possible grâce à l'**application e-Pool** de POOL TECHNOLOGIE. Une aubaine pour les propriétaires de piscine qui peuvent télécommander leur système de traitement depuis un transat. C'est aussi l'assurance pour le professionnel d'intervenir à distance et rapidement sur l'installation de ses clients.

Cette application apporte un **confort d'utilisation supplémentaire et assure un meilleur fonctionnement des équipements pour l'utilisateur**. Désormais, il n'est plus nécessaire de se déplacer jusqu'au local technique, e-Pool donne la possibilité de maîtriser, programmer et gérer certains paramètres selon les besoins réels de la piscine comme :

- L'ajustage des sondes pH, sel et température ainsi que les sondes chlore ou ORP,
- La modification de la consigne pH et de la consigne de production chlore ou ORP,
- Le mode de régulation du pH et de l'électrolyse,
- L'activation/désactivation de la fonction TEST électrolyse,
- L'activation/désactivation de la fonction BOOST.

Par ailleurs avec cet outil intelligent, le particulier reçoit des informations et des préconisations personnalisées pour une utilisation optimale de son appareil de traitement. Il est également alerté lors d'un disfonctionnement sur son installation. Si l'alarme persiste, le professionnel peut immédiatement intervenir à distance pour diagnostiquer une éventuelle panne et modifier un paramètre via le « mode ASSIST». Depuis son interface web, il aura 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.

Ainsi, le professionnel optimise ses interventions et peut gérer à distance des paramètres sur plusieurs piscines simultanément. Un avantage non négligeable pour rentabiliser les contrats d'entretien et fidéliser sa clientèle.

En outre, cette solution intelligente permet de tisser une relation de proximité entre le particulier et le professionnel. Pour le propriétaire de la piscine, mieux gérer son équipement de piscine signifie respecter l'environnement, faire des économies (eau, électricité, produits d'entretien) et optimiser la durée de vie de ses équipements. Pour le professionnel, c'est un outil très utile pour optimiser son parc de piscines. Il gagne ainsi en temps et efficacité en rendant ses interventions pertinentes et organisées. Véritable argument de vente, e-Pool apparaît comme un véritable levier de fidélisation de ses clients.

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

FLEXINOX POOL

Douche cascade, canon à eau…

FILINOX, S.A. est une société avec plus de 50 ans d'histoire, dédiée à la transformation de tige et tube en acier inoxydable pour diverses industries. La division FLEXINOX POOL tourne autour de la production et commercialisation d'accessoires pour la piscine privée, publique et wellness.

Toujours engagée dans la création et l'innovation de nouvelles gammes de produits, et en continuant dans cette ligne, le fabricant espagnol a présenté cette année à Lyon, **la famille Cayman : une gamme d'accessoires destinée à l'animation des bassins, tout particulièrement orientée wellness : douche cascade, canon à eau…**
Qualité AISI 316L, avec une nouvelle conception et un nouveau design à prix compétitif.

customer@inoxidables.com / www.flexinoxpool.com

HTH

Nouvelle image technique pour la marque *hth*®

Spécialiste du traitement de l'eau, *hth*® dévoile cette année une **nouvelle identité visuelle** destinée à mettre en valeur l'expertise de la marque et de ses revendeurs professionnels. **Réservée exclusivement aux pisciniers, la marque arbore désormais un design à la fois sérieux et séduisant.**

« *Nos revendeurs sont les meilleurs prescripteurs de nos produits et devaient donc être les premiers conquis par ce changement d'image* » analyse **Caroline Beauval, Responsable Marketing stratégique** de la société implantée à Amboise (37). Les recherches menées de concert avec une agence de communication, ont donc été soumises à la critique des experts de la piscine. Chez les professionnels comme les particuliers, le nouveau design est perçu comme véhiculant un message dynamique et technique, synonyme d'expertise en matière de traitement de l'eau des piscines.

Cette nouvelle identité visuelle ne signifie pas pour autant rupture d'image ou de positionnement.

Les codes couleur permettant d'identifier les différentes gammes de produits de traitement restent les mêmes : le rouge pour le chlore non stabilisé, **le bleu** pour les produits à base de chlore stabilisé. **Le vert** regroupe l'ensemble des produits nécessaires à l'équilibre de l'eau, **le gris** les traitements sans chlore, à base de brome et d'oxygène actif notamment. Quant au **violet**, il réunit toute la gamme de prévention et de résolution des problèmes que le consommateur peut rencontrer dans son bassin (eau trouble...)

Les informations figurant sur l'étiquette ont été clarifiées pour guider le choix de l'utilisateur, avec des prescriptions de dosages et une formule (liquide ou solide) identifiables en un coup d'œil. Des recommandations qui se veulent simples et efficaces !

Marketing-Water-Europe@lonza.com
www.hthpiscine.fr

SOPREMA lance une nouvelle membrane PREMIUM sous une nouvelle marque !

SOPREMA lance une nouvelle membrane baptisée SOPRALINER, sous sa nouvelle marque Premium. Il s'agit d'une **membrane mieux adaptée aux marchés français et allemand, plus souple, plus lisse, des couleurs plus intenses.**

Cédric FORCE Responsable Business Unit POOL Europe chez SOPREMA : *« Nous allons proposer pour le marché européen les 2 marques : FLAGPOOL et SOPRALINER qui sont vraiment 2 membranes distinctes et chacune aura son public.*

La marque FLAGPOOL sera plutôt destinée aux pays chauds du sud : Italie, Espagne et Portugal, où nous avons des positions de leader, et SOPRALINER sera principalement diffusée en France et en Allemagne où nous sommes en train de nous développer fortement. Nous sommes en plein recrutement de responsables pour ces 2 pays.

Désormais, toutes nos membranes seront disponibles en lès de 165 cm, y compris la FLAGPOOL pour répondre à l'attente de nos clients, toujours avec nos 28 couleurs. »

SOPRALINER est une nouvelle membrane PREMIUM qui est fabriquée dans les usines SOPREMA. Elle se décline en une gamme courte de 7 couleurs en standard, 7 couleurs en version vernie, 7 en antidérapante et 7 en PVC LIQUIDE.

La nouveauté, « Pierre de Bali », dévoilée sur le salon de Lyon, sortira aussi début 2017.

« Pierre de Bali est une membrane armée en 150/100e, avec un décor dans la lignée de nos décors mosaïques ou en forme de galets. Mais pour ce nouveau modèle, nous avons dessiné un décor de différentes pierres, en différents tons de gris, mêlant des carrés de 30 cm sur 30 cm, des rectangles et des carrés plus petits.

Ce modèle de membrane peut aussi bien être posé sur le fond et les murs, que sur le fond assorti à des murs de couleur unie.
Le rendu de couleur est extraordinaire. Il évoque un minéral noble, comme ceux que l'on trouve en Asie du Sud-Est. »

info@flagpool.fr / www.flagpool.fr

SCP

Les nouveautés Bien-Etre en 2017

SCP France présente de nombreuses nouveautés en 2017 à son catalogue. Dans la catégorie Bien-Etre, quelques améliorations et évolutions viennent intégrer ses spas et spas de nage, pour encore plus de confort !

Le **spa Beachcomber 725**, apparu avec son tout nouveau coloris métallique de cuve "Titanium" pour sa version spéciale "Anniversary", intègrera cette année des LEDs en croissant de lune sur ses poignées.

Du côté des **spas Garden Leisure**, la gamme rebaptise ses modèles (GL525L – GL635L- GL753L et GL863L) et intègre en 2017 quelques évolutions, telles qu'une nouvelle jupe avec éclairage dans les angles et des repose-tasses intégrés. La place allongée affiche un nouveau design sur les modèles GL525 L (GL 300) et GL 635 L (GL 500) semblable à celui du GL 753 L (GL 700).

La gamme de **spas Garden Leisure Premium** voit ses cascades remplacées par des jets fontaines, arbore une nouvelle jupe avec éclairage dans les angles et un écran tactile Gecko K1000. A noter que cette série Premium est équipée de série de la fonction In touch qui permet de gérer les cycles de filtration et la température depuis son smartphone.

Party Spa

Quant à la gamme de **spas de nage Garden Leisure**, elle accueille un nouveau modèle innovant et inédit, le « **Party Spa** », de 4,06 x 2,33 x 1,30 m. Misant tout sur la convivialité, ce « Party Spa » peut accueillir **jusqu'à 11 personnes** en même temps, notamment grâce à ses 2 bancs latéraux équipés de jets de massage. Simultanément, une autre personne peut utiliser la nage à contre-courant et 5 autres utilisateurs peuvent prendre place dans la partie « spa » ! Ce spa de nage est équipé de 29 jets, 2 jets lumineux, 11 places assises, des accessoires d'aquafitness, du Bluetooth et d'un réchauffeur de 4 kW.

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

EMEC

Mesure et régulation automatisée du pH et du chlore libre

EMEC propose un panneau compact de mesure et de régulation du taux de chlore libre (sonde ampérométrique fermée) et du pH (sonde combinée), dédié aux applications piscine, utilisant du chlore stabilisé ou non. Doté d'une électronique à micro-processeur, l'appareillage **gère en temps réel et de manière proportionnelle l'injection des produits chimiques, établit les règles de priorités de dosages et affiche le taux de chlore libre résiduel (DPD1)**. Facile à paramétrer grâce à une interface intuitive et sa mollette de réglage, le système renseigne l'utilisateur sur son état de fonctionnement et l'informe sur d'éventuels défauts tels que surdosage, sondes défectueuses ou manque de produits chimiques. Les pompes utilisées pour l'injection des produits chimiques sont de types électromagnétiques et garantissent sécurité, durabilité, précision de dosage et maintenance extrêmement réduite. La partie hydraulique est faite pour répondre aux exigences de l'environnement des piscines (préfiltre à cartouche lavable 60 µ pour préserver les éléments de mesures, régulateur de pression, détecteur d'absence de débit, prise échantillon, vannes d'isolement).

La panoplie est livrée prête-à-poser et comprend le tubing et les raccords permettant de se connecter sur l'installation du client. Suivant la configuration choisie, l'ensemble peut devenir "communiquant" avec des systèmes externes (ordinateurs, smartphones, tablettes…) via l'application web ERMES.

contact@emecfrance.fr / www.emecfrance.fr

APF

La couverture à barres Hybride spéciale régions venteuses

APF présente sa toute dernière innovation en matière de couverture : la couverture à barres Hybride. Alliant design et légèreté, cette couverture de sécurité combine un tissu enduit PVC 650 g/m² en périphérie, à une grille 340 g/m² en son centre.

Le résultat : Hybride est annoncée comme la couverture à barres **la plus légère du marché et très facile à enrouler** ! Comme toutes les couvertures à barres du fabricant, cette dernière nouveauté répond à la norme de sécurité NF P 90-308, homologuée par un laboratoire, pour un bassin sécurisé à 100 % !

La couverture est spécialement adaptée aux régions venteuses, car sa grille limite la prise au vent. Elle lui assure également une tension optimale pour une parfaite tenue et un rendu esthétique sur la piscine.

Pratique, elle protège le bassin de la pollution externe, été comme hiver. Les barres reposant sur les margelles, la couverture n'est jamais au contact de l'eau, permettant aux robots et filtres un nettoyage optimal.

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

POOLSTAR

L'aquabike à la portée de tous les clubs, même sans piscine !

Prix de l'innovation 2016 au salon mondial Piscine Global, **le FIT'POOL de Waterflex est un nouveau concept inédit qui associe AquaFitness et Wellness**. Il s'agit du premier bassin ultra compact qui intègre un système complet de filtration, de chauffage de l'eau, ainsi qu'un vélo permettant de pratiquer l'aquabiking dans 1,20 m de hauteur d'eau minimum, dans des conditions optimales.

Ce concept vise à offrir à tous les clubs ne disposant pas de piscine la possibilité de proposer un espace supplémentaire dédié au fitness et au bien-être aquatiques. Il leur permet ainsi d'améliorer leur taux de fréquentation et de se démarquer à moindre coût.

Ce bassin autoportant démontable se positionne n'importe où et peut accueillir jusqu'à 2 équipements : aquabike sport, tapis, elliptique, trampoline...

Deux modèles sont proposés : le FIT'POOL, occupant 3,40 m² au sol, avec une structure démontable (assemblée en 30 mn facilement) ultra-rigide modulaire, avec panneaux latéraux rigides en mousse isolante à assembler. Il bénéficie d'un système technique ultra-compact pour sa filtration et son chauffage, un liner PVC armé, un couvercle isolant et une échelle d'accès. FIT'POOL est livré avec un aquabike wellness. Dimensions : 1,84 x 1,84 x ht 1,27 m.

Autre modèle dédié à la relaxation par le massage, le **FIT'SPA, occupant seulement 6 m² au sol**. Ce spa à débordement bénéficie d'un revêtement intérieur 100 % acrylique (livré monté) et de l'hydrothérapie assurée par 22 jets de massage, plus une nage à contre-courant. Son double système de filtration ultra-performant associe ozone et filtre à sable, efficaces en cas de forte fréquentation.

FIT'POOL

FIT'SPA est livré avec un aquabike, un couvercle isolant et une échelle et peut recevoir un second équipement.

Dimensions : L 2,99 x l 2,15 x ht 1,29 m.

Pour les raccorder une fois installés, pas besoin d'outils ni d'installateur, il suffit d'une prise électrique et d'un accès à l'eau !

contact@poolstar.fr / www.waterflex.fr

FELI

Un nouveau robot intelligent

Spécialisée dans la vente de robots de piscine, parmi lesquels le Pelican, le Scorpi et l'Evolution, la société **FELI propose en 2017 le robot Squirrel Advanced, un robot intelligent**.

Doté d'une auto programmation, ce robot nettoyeur de nouvelle génération s'adapte aux dimensions de la piscine (jusqu'à 20 x 10 m), pour un temps de nettoyage optimal. Il opère avec une efficacité redoutable sur le fond et les parois du bassin, détectant la surface et les obstacles grâce à son système de sécurité.

Livré avec sa radiocommande, le Squirrel Advanced est garanti 2 ans, hors pièces d'usure (telles que mousses, brosses, sacs, courroies, chenilles et câble d'alimentation).

Bénéficiant d'un important stock de pièces détachées et d'un savoir-faire technique, l'équipe du SAV assure les réparations, comme pour l'ensemble du matériel commercialisé par l'entreprise.

felisarl@aol.com / www.piscine-feli.com

OCEDIS

Pour des piscines illuminées à 180°

Ocedis propose une gamme de lampes LED pour illuminer la piscine, **la gamme MelVision, déclinée en couleur ou en blanc, présentée dans un nouveau packaging attractif.** Elle permet de répondre à des besoins en éclairage pour les nouvelles constructions ou en remplacement de lampes LED existantes.

La **lampe LED S600** est extra-plate et inclut un enjoliveur, adaptée aux nouvelles installations et à tout revêtement. Procurant un flux lumineux de 2600 lm pour la version blanche et 1150 lm en couleur, cette lampe illumine la piscine avec 324 LEDs. Elle s'installe facilement avec son **système novateur de clips dans la traversée de paroi et son kit d'installation rapide**.

En version colorée, 16 programmes sont proposés pour changer l'ambiance de la piscine.

La **lampe S400 PAR56** et ses 252 LEDs peut quant à elle remplacer les lampes PAR56 ou être posée en nouvelle installation avec son kit enjoliveur.

Enfin, la **lampe S200**, avec ses 99 LEDs, est une lampe de petit diamètre (10 cm) à visser (1,5").

info@ocedis.com / www.ocedis.com

POOLSTAR

Le tapis flottant Aquafitmat pour pratiquer le Watfit

Waterflex poursuit ses innovations dans le domaine de l'aquafitness, surfant avec succès sur la vague des nouvelles activités sportives proposées en piscine.

Inspirée d'un combiné de yoga, pilates et fitness, la nouvelle activité du Watfit se pratique sur un **tapis flottant Aquafitmat, attaché en piscine entre deux lignes d'eau**. Très ludique, ce sport offre de nouvelles sensations, invitant le pratiquant à maîtriser son équilibre par des exercices de gainage, pour éviter de tomber dans l'eau... amusement et bonne humeur garantis !

Le tapis se gonfle comme un paddle et peut être utilisé quelle que soit la profondeur de l'eau.

Sa technologie Drop-Stictch Double Peau lui confère une robustesse extrême, bien que léger et facile à manipuler, entreposer et attacher (nombreux anneaux d'accroche). Pour un grand confort, son **revêtement antidérapant** est doux et de grande largeur assurant une bonne stabilité.

contact@poolstar.fr / www.waterflex.fr

POPPSI

Des produits de traitements pour la piscine enfin en couleur ! Et… sans odeur de chlore !

« Ces 2 innovations que représentent la couleur et la suppression de l'odeur de chlore permettent une véritable rupture marketing que nous avons voulu renforcer par un packaging totalement inédit. » ainsi s'exprime **Jérôme Rousselin, l'un des 2 créateurs du concept et de la marque POPPSI.**

« L'objectif est de rendre les produits de traitement de piscine plus visibles, plus faciles à l'usage, plus attrayants, sans que ces innovations n'altèrent la qualité du traitement tout en restant très qualitatifs. Pour ce faire, l'idée est de teinter les différents produits pour différencier leurs actions et de neutraliser l'odeur de chlore par une senteur de fraîcheur », surenchérit **Pascal Guilbaud, co-créateur**.

Il poursuit : *« Afin de nous différencier de la concurrence, nous avons cherché un moyen de teinter le chlore, ce qui n'a jamais été fait jusqu'à présent. »* Un challenge de taille…

Leur collaboration avec une entreprise à la pointe de la recherche moléculaire, sera déterminante. En effet, grâce à ses compétences, cette société qui détient de **nombreux brevets déposés et certifiés, a relevé le défi avec succès.**

L'ajout de la couleur aux produits chlorés est sans aucun doute, une première mondiale, et qui plus est Made in France !

Le packaging est lui aussi une nouveauté, il donne aux produits une meilleure visibilité grâce à la couleur. Chaque action des produits de traitement est en effet associée à une teinte, afin de rendre son utilisation plus simple et attractive pour le consommateur et de dynamiser les linéaires. Le noir est introduit comme code couleur sur le packaging, se démarquant par là-aussi de la concurrence (utilisant le blanc/bleu). La marque est ainsi de la sorte mieux repérée en magasin, notamment grâce à un conditionnement en seaux transparents, une première aussi, qui facilitent le choix des produits (1 couleur = 1 action) et permettent une meilleure gestion des stocks tant chez le distributeur que chez l'utilisateur final.

Enfin, le choix du nom « POPPSI », un nom plein de peps, fait référence au PopArt : un parallèle avec cet art populaire aux couleurs très vives qui s'inspirait des objets du quotidien tout en révélant leur côté insolite…

Avril 2017 marquera le coup d'envoi de la marque POPPSI ! Mais d'ores et déjà la production a commencé et les premières commandes entrent en fabrication.

info@poppsi.fr / www.poppsi.fr

BINDER

Nage à contre-courant à turbines : un flux puissant et régulier

Le système de nage à contre-courant avec turbines HydroStar de chez BINDER offre une sensation de nage presque naturelle, des conditions d'entraînement exceptionnelles et s'avère plus **économe en énergie** que les installations avec pompes.

En outre, HydroStar possède l'avantage de procurer au nageur, grâce à ses turbines immergées générant **un large flux, régulier et puissant**, reproduisant le débit des eaux naturelles en rivière, une expérience unique de nage sportive.

Ce système convient aussi bien pour une nouvelle construction que pour un bassin existant. Son installation, très simple, ne nécessite que **peu d'espace**, ainsi qu'un **branchement électrique standard de 230 V**. La nage à contre-courant est pilotée par télécommande, par bouton piezo ou par écran tactile sur lequel s'affichent parcours et durée d'entraînement. Le nageur peut bien entendu **régler la puissance de façon progressive selon ses besoins.**

De plus, l'installation immergée ne nécessite aucun local technique sec, ni joints d'étanchéité, donc quasiment aucun entretien!

Lorsque la puissance de l'HydroStar doit être augmentée après installation, cela se fait par le remplacement et la substitution d'une turbine plus performante. Quatre versions de puissance sont disponibles, de 160 m³/h max à 275 m³/h max (1 turbine installée dans un caisson combiné BGA 160/275) et de 320 m³/h max à 550 m³/h max (2 turbines installées dans un caisson combiné BGA 320/550).

Cette installation est conforme à la norme DIN EN 16582-1 : 2015-11, relative aux piscines privées.

info@binder24.com / www.binder24.com

EOTEC

L'automate ECOSWIM+ enfin dévoilé !

ECOSWIM+ a été dévoilé officiellement sur le Salon Piscine Global, à Lyon, en novembre dernier. Cette nouveauté, proposée par la société EOTEC, est un condensé des 15 années d'expérience en traitement de l'eau avec le procédé ECOSWIM. **Innovant, le nouvel automate tout-en-un ECOSWIM+ 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).

Recevant un très bel accueil pour ce nouveau lancement, la société EOTEC est repartie du salon avec de nombreuses commandes pour la France, mais également pour d'autres pays d'Europe.

ecoswim@ecoswim.fr / www.ecoswim.fr

HANNA INSTRUMENTS

Security Pool Plus pour piscines et spas Mesure combinée pH/rédox

Security Pool Plus est un tout **nouvel instrument de régulation automatique spécialement conçu pour les piscines privées et spas.**

Logé dans un boîtier compact et robuste, il combine :

- mesure et contrôle du pH et du rédox

- régulation et dosage du pH et du chlore.

L'appareil associe dans une même entité 2 régulateurs et 2 pompes doseuses, pilotés par une électrode combinée pH/rédox/température numérique, unique sur le marché.

Elle est équipée d'un connecteur DIN permettant la mesure combinée des 3 paramètres et un branchement simple, rapide et sécurisé. Par ailleurs, elle est dotée d'une entrée différentielle, protégeant les signaux de courants parasites et d'interférences de câbles avec blindage insuffisant.

Security Pool Plus BL 121

Tout-en-un, le contrôleur pH/chlore mural pour piscines et spas est livré avec un kit d'installation complet comprenant une électrode combinée pH/rédox/°C numérique avec entrée différentielle et câble 2 m, tuyau d'aspiration et d'injection 5 m, tuyaux pour les pompes péristaltiques (2 pcs), injecteurs (2 pcs), selle de raccordement pour électrode (pour tuyaux Ø 50 mm), selle de raccordement pour injecteur (pour tuyaux Ø 50 mm) (2 pcs), filtres d'aspiration (2 pcs), solutions tampons pH 4,01 et 7,01 en sachets (3 x 20 mL de chaque), solution de test rédox à 470 mV (250 mL) et un câble d'alimentation.

info@hannainstruments.fr / www.hannainstruments.fr

POLYTROPIC

PAC Serenity Inverter : confort sonore et rendement optimisé

Pour démarrer l'année, POLYTROPIC lance son nouveau modèle de pompe à chaleur de piscine, Inverter Serenity. **Plus silencieuse**, la PAC met également l'accent sur le **rendement optimisé**.

En effet, la PAC est pourvue de la technologie Inverter, lui permettant d'adapter automatiquement la vitesse de rotation de son compresseur et de son ventilateur en fonction de l'évolution de la température du bassin et des conditions climatiques, grâce à 3 modes de fonctionnement.

Le **mode Boost** assure 100 % de sa puissance, afin de fournir une montée en température rapide.

Le mode **Smart-Silent** ajuste automatiquement la puissance de la PAC selon la température du bassin, pour un rendu sonore extrêmement bas et un COP élevé.

Tandis que le **mode ECO** s'enclenche dès que le bassin est presque à température, privilégiant l'économie d'énergie, tout en optimisant encore le confort sonore.

Cette nouvelle pompe à chaleur se décline en **2 modèles** : Serenity M Inverter, pour les bassins jusqu'à 80 m³ et Serenity XM Inverter pour un volume d'eau jusqu'à 110 m³. Elles seront disponibles dans le courant du mois d'avril chez POLYTROPIC.

polytropic@polytropic.fr / www.polytropic.fr

LAMOTTE

Le WaterLink® Spin Touch™ Lab : rapide et précis

Le « laboratoire » d'analyse d'eau, WaterLink® Spin Touch™ Lab est un tout nouvel appareil conçu pour être utilisé sur site, par les exploitants de piscines et pisciniers, ou par le commerçant en magasin de piscines.

En utilisant simplement un échantillon d'eau, et le disque réactif unique, le photomètre à 6 longueurs d'onde est capable de mesurer avec précision une série complète de 10 paramètres différents en seulement 60 secondes.

On peut également utiliser un nouveau disque à trois usages, qui délivre les résultats d'analyse pour le chlore libre/total/combiné, et le pH en 30 secondes chrono !

L'appareil est activé à partir de son écran tactile, qui affiche les résultats dès que les tests sont achevés. Les résultats peuvent être consultés à l'écran ou transmis au logiciel afin de générer des recommandations de dosage et obtenir un équilibre parfait de l'eau.

Il figure parmi les systèmes les plus avancés dans les méthodes d'analyse précises utilisées par l'industrie de la piscine. Désormais, les professionnels en charge de l'analyse en piscine et spa peuvent obtenir des résultats précis, sans perdre de temps en procédures et nettoyages fastidieux. Ce système d'analyse innovant est si simple que tout le monde peut l'utiliser ! Sans flacon à remplir, sans temps de préparation, sans conjectures !

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

ONESHOT 3D
Devient membre de la FPP

En ce début d'année, ONESHOT 3D, qui équipe depuis plusieurs années de grands réseaux de pisciniers, fait son entrée parmi les membres de la Fédération des Professionnels de la Piscine. Une autre étape dans la reconnaissance de ce formidable outil de vente de piscines, plébiscité par les professionnels pour sa simplicité d'utilisation, son sérieux et son efficacité, notamment grâce à la qualité de ses rendus 3D.

Dans l'une de ses rubriques du Spécial PROS, Patrick SANCHEZ en parlait ainsi : *« ONESHOT 3D est primordial pour activer le levier de l'EMOTION car c'est avant tout elle qui stimule l'ENVIE ! Et tout bon vendeur sait que L'ENVIE est le mobile D'ACTION D'ACHAT ! »*
Pour encore plus de simplicité, en 2017, ONESHOT 3D vous propose désormais d'accéder au **nouveau manuel d'utilisation directement dans le logiciel.**

D'une vingtaine de pages, celui-ci reste fidèle aux principes de ONESHOT 3D, restant **simple, ludique et rapide.** Entièrement illustré il permet à l'utilisateur de trouver l'information en un seul coup d'œil. Que ce soit pour une utilisation sur PC, MAC ou iPad, le manuel d'utilisation est proposé en fonction du matériel utilisé avec des visuels adaptés (tactile ou souris de l'ordinateur).
Le manuel, traduit en français et en anglais pour le moment, est une aide précieuse tant pour l'utilisation que pour rappel sur les nouveautés.
Au format PDF, il sera facile à télécharger, à sauvegarder et à imprimer.
Au cours de l'année, des **vidéos de formation seront également disponibles**, pour accompagner l'utilisateur dans son premier montage en 3D. Il sera alors possible d'arrêter la vidéo à tout moment afin de pouvoir réaliser la fonction souhaitée, en temps réel.
Mais ce n'est pas tout ! ONESHOT promet encore de nouvelles évolutions et améliorations cette année...

info@pointcube.com / www.pointcube.fr

FLUIDRA
Un lot de nouveautés

Fluidra présente pour la nouvelle saison plusieurs nouveaux équipements :

- Pour le traitement de l'eau, l'**électrolyseur sel Blue nouvelle génération**, exclusivement destiné aux pisciniers installateurs est proposé en 2 modèles. Sel Blue, selon 3 versions : électrolyseur seul, électrolyseur +régulation pH-, électrolyseur +régulation pH- et Redox, pour des bassins jusqu'à 95 m³. Sel Blue Evo est conçu pour des piscines jusqu'à 160 m³, en version régulation pH+Rx, ou standard, et évolutif grâce à différents kits. Des sondes pH et Rx situées dans une chambre de mesure intégrée à la cellule des électrodes, un By Pass intégré dans un montage en ligne, ainsi qu'une nouvelle carte électronique résistante aux hautes températures, font partie des atouts de ces électrolyseurs.
- **La pompe de filtration Victoria Plus Silent**, silencieuse (inf. à 70 dBa), ultra-performante, disponible en mono et triphasé.

Victoria Plus Silent

- **La pompe Discovery à vitesse variable**, très économe en énergie, avec boîtier de variation de vitesse sur le corps de la pompe ou en déporté, préfiltre de grande capacité, corps de pompe en polypropylène résistant aux produits chimiques, 4 mémoires de programmation...
- **Le robot nettoyeur R-Series à 4 roues motrices**, équipé du système électronique AquaSmart® Inside et Gyro Navigation, optimisant ses performances, de roues universelles pour tous les revêtements, de brosses rotatives PVC ultra rapides, d'un système Easy Open pour un accès facile aux cassettes filtrantes et un couvercle transparent pour contrôler l'encrassement du filtre.

Robot nettoyeur R-Series

- **La plateforme mobile Deckwell**, terrasse mobile protégeant la piscine. Conforme à la norme NF P90-308, sa structure de haute qualité en aluminium thermolaqué supporte un deck synthétique de couleur miel, gris anthracite ou sable, à fermeture manuelle ou motorisée.

Plateforme mobile Deckwell

- **La piscine bois Cosypool**, hors-sol ou à enterrer, livrée entièrement équipée du matériel AstralPool (filtration, coffret électrique, projecteur et liner). Elle est composée de bastaings de 68 mm d'épaisseur, d'une margelle de 295 mm de largeur et d'un escalier intérieur d'angle ou en largeur. Quatre dimensions sont disponibles : 5 x 3 m, 6 x 3 m, 7 x 4 m et 8 x 4 m. Une couverture automatique immergée peut être intégrée en option.
- **Le liner Sensation 75/100e**, doublé d'un vernis de protection, garanti contre les plis ou déformations jusqu'à une température d'eau de 33°C. Il résiste aux UV, à la décoloration, aux micro-organismes, à l'abrasion, aux rayures et agents tachants. Trois imprimés au choix.

marketing@fluidra.fr / pro.fluidra.fr / www.astralpool.com

T&A

Automatisation plus poussée

T&A investit dans l'avenir, avec de **nouveaux produits et une plus grande automatisation du processus de production.**

En 2015, le fabricant présentait déjà sa nouvelle lame **« Premium Clean Profile »,** un profilé en polycarbonate, résistant aux chocs, comportant plusieurs avantages, aussi bien pour le client final que pour le revendeur.

Ce nouveau profilé de 67 x 16,5 mm, avec 4 chambres, permet la réduction de la formation des algues par le blocage des UV sur la chambre de liaison entre deux lames. À la technologie de tri-extrusion employée pour la fabrication des lames, vient s'ajouter l'application d'une couche de résistance aux UV.

Ces lames bénéficient d'un coefficient d'isolation thermique supérieure, U = 3,80 W/m²/K, permettant d'optimiser la conservation de la chaleur de l'eau de la piscine emmagasinée durant la journée.

En outre, elles assurent **25 % de flottabilité en plus**, pour une sécurité de la couverture renforcée, aussi bien pour de nouvelles couvertures que pour des tabliers de remplacement, hors-sol ou intégrés.

L'assemblage du tablier se fait facilement, par clipsage ou par coulissement.

L'entretien des lames est lui aussi simplifié, grâce à la mise en place de bouchons astucieux à évidements.

T&A a par ailleurs installé récemment **deux nouvelles lignes de fabrication entièrement automatisées, augmentant ainsi ses capacités et diminuant ses délais de production.** Equipées de machines à soudure à ultrason, ces nouveaux outils de production garantissent une haute qualité de finition, ainsi que des délais fiables.

Les journées de formations annuelles organisées en janvier-février par T&A ont permis de découvrir ces nouveaux équipements.

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

CCEI

Le site web 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 !

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

Rechercher une notice

Comparatif de marque

ALUKOV

Abri de spa "SPA Dome Orlando®"

Parmi les abris de piscines et de spas fabriqués par ALUKOV, l'abri Orlando distribué par ALUKOV France est idéal pour un spa, un jardin d'hiver ou une salle d'exercice. Il doit être installé sur une base au sol de niveau afin de permettre le **coulissement intégral de toute la structure à 360°**. Vous disposez également d'un **choix pour les portes coulissantes et deux tailles de modèles.**

Comme tous les abris fabriqués par l'entreprise tchèque, depuis plus de 20 ans, la structure est faite de profilés en aluminium de haute qualité disponibles dans différentes couleurs (gris, blanc, beige, anthracite, bronze, cobalt et imitation bois) et le remplissage des parois est en polycarbonate compact (transparent ou fumé) avec traitement anti-UV.

Un complément idéal pour l'aide à la vente d'un spa ou une campagne promotionnelle sur votre fichier clients spa.

info@alukovfrance.fr / www.alukovfrance.fr

HAYWARD

Renouveau pour les robots Hayward

Une revue complète du design a été faite sur les robots électriques de la marque. Hayward peut donc proposer **une gamme homogène et cohérente déclinée sur l'ensemble de ses produits**. Les robots concernés par ce nouveau design sont Sharkvac XL Pilot, SharkVac, TigerShark et TigerSkark QC.

La gamme de nettoyeurs à aspiration a bénéficié quant à elle d'une remise à niveau technologique et d'un nouveau design. Ainsi les robots hydrauliques les plus vendus au monde, PoolVac et Navigator, dotés de la technologie brevetée V-Flex™, opèrent en silence grâce à leur propulsion par turbine à pales mobiles qui met fin aux risques de blocage et améliore le nettoyage du bassin par la capture de plus gros débris. Son système de guidage exclusif AquaPilot ainsi que son design unique et hydrodynamique permettent un chemin de nettoyage optimisé pour un déplacement sans entraves dans le bassin et une couverture complète de la piscine. Ils fonctionnent également avec une vitesse réduite pour conserver les économies d'énergie de la pompe à vitesse variable.

TriVac™ 700

Autre innovation présentée avec succès au Salon de Lyon comme l'unique robot capable de nettoyer le fond et la surface : **le nouveau robot à pression, le TriVac 700**. Très simple d'utilisation, doté de la technologie AquaDrive, ses 3 jets venturi et son mode « Skimming », il capture dans son panier tous les débris flottants en surface, sans encrasser le système de filtration. Avec ses roues souples, il n'endommagera pas les liners ou PVC armés.

Ainsi, avec ce robot fonctionnant grâce à la puissance de l'eau, Hayward couvre désormais toutes les technologies possibles : électrique, hydraulique et à pression.

Enfin, rappelons que la **gamme AquaRite®, avec AquaRite® Pro, AquaRite + et AquaRite® LT, a fêté son 1 000 000e produit vendu dans le monde**. Plébiscitée tant par les professionnels que par les particuliers, cette solution de traitement et de pilotage des équipements à distance, offre entre autres le contrôle d'équipements de piscine tels que pompes à chaleur, pompes de filtration, éclairages, etc. , la gestion du traitement de l'eau et le paramétrage d'alertes.

Une gamme spéciale avec « Hayward Commercial »

Hayward a présenté sa nouvelle gamme pour collectivités sous la marque « Hayward Commercial ». Spécialement développée pour le marché européen, cette gamme complète comprend des **filtres Fiberpool, des pompes, des électrolyseurs et des pompes à chaleur**.

contact@hayward.fr / www.hayward.fr

DUALSUN

Panneaux hybrides pour chauffer toutes les piscines

Il s'agit des premiers panneaux solaires hybrides certifiés au monde et **fabriqués en France**. Ces panneaux sont articulés sur deux faces. La première, exposée au soleil, est équipée de cellules photovoltaïques classiques ; en-dessous, un échangeur thermique dans lequel circule un fluide lui permet de mieux récupérer la chaleur produite par les cellules photovoltaïques.

Cette innovation offre un double avantage : le fluide chauffé est utilisé pour fabriquer de l'eau chaude et les cellules photovoltaïques sont refroidies lors de l'échange thermique ce qui permet d'améliorer leur rendement. En effet, les panneaux DualSun produisent jusqu'à 3 fois plus d'énergie qu'un panneau photovoltaïque standard.

La solution DualSun se révèle donc particulièrement adaptée au chauffage de l'eau des piscines collectives ou résidentielles puisque l'eau (qui circule dans les panneaux solaires à une température comprise entre 20 et 30°C) permet largement de refroidir les cellules photovoltaïques et d'augmenter leur rendement moyen de 10 %.

Pour les piscines collectives, les panneaux solaires DualSun installés en toiture préchauffent l'eau des bassins ainsi que les douches via un échangeur thermique. Pour les jours où il fait moins beau, un système d'appoint complète les besoins de chauffage afin d'atteindre la température de consigne. En parallèle, les panneaux DualSun vont produire de l'électricité gratuitement pour alimenter les besoins électriques du site.

Pour les piscines résidentielles, la solution hybride permet de disposer de piscines 100 % autonomes en énergie. La production d'électricité issue des panneaux photovoltaïques couvre les besoins électriques de la piscine (pompe de filtration et dans certains cas pompe à chaleur). Le surplus peut être soit autoconsommé, soit vendu. La production d'eau chaude vient se brancher directement sur le circuit piscine de base et chauffe l'eau du bassin.

Un exemple ? Une installation de 10 panneaux (16 m²) produit 240 MWh sur 25 ans. Le budget estimatif de cette installation est de 13 000 € TTC alors qu'elle génère 40 400 € d'économies en électricité et chauffage.

Et pour l'installateur : aucun problème de pose, avec une conception plug and play !

contact@dualsun.fr / www.dualsun.fr

CCEI

Limpido XC : l'électrolyseur qui s'invite dans le salon

A l'heure actuelle, la simplicité d'utilisation, l'efficacité et la fiabilité des appareils sont des éléments importants dans l'acte d'achat pour un consommateur. Pour aider les professionnels lors de la vente d'un électrolyseur, CCEI propose pour cette saison une nouvelle version du Limpido XC ; plus simple à utiliser, évolutive, mais aussi plus efficace et résistante dans le temps.

Limpido XC

Pour ce faire : l'interface utilisateur a été améliorée en combinant un afficheur LCD rétroéclairé avec des témoins visuels lumineux qui permettent de constater le bon fonctionnement de l'appareil : débit détecté, couverture fermée, programme choc actif, etc.

De nouvelles fonctionnalités pour la fiabilité comme : l'équipement d'un système de nettoyage des plaques par inversion de polarité ajusté en fonction de la dureté de l'eau et le rajout d'alarmes en cas de défaut (plus de débit, taux de sel trop bas, trop haut, etc.).

Cellule X-CELL 160

Pour le confort de l'utilisateur, le Limpido ZI optionnel permet de gérer sa piscine directement depuis le salon ou le pool-house (jusqu'à 1000 mètres du Limpido XC) grâce à un boîtier design offrant la même interface d'utilisation que l'électrolyseur.

Enfin, la nouvelle génération d'électrolyseur Limpido XC est fournie avec une cellule transparente pour rassurer l'utilisateur (visualisation rapide de l'état). Elle est évolutive, avec un emplacement pour injecteur d'acide intégré.

Fabriquée avec des plaques en titane pleines, la cellule conserve une très forte production de chlore.

contact@ccei.fr / www.ccei.fr

FILTRINOV

Un mur filtrant intégré tout-en-un

Filtrinov propose un nouveau mur filtrant intégré tout-en-un idéal pour les piscines en blocs polystyrène.

Adapté à des bassins jusqu'à 8 x 4 x 1,5 m, **ce mur filtrant comprend un skimmer avec une grande meurtrière, 2 buses de refoulement orientables, un projecteur LED couleur avec sa télécommande, une pompe de filtration 14 m³/h, un filtre à cartouche (finesse 25 µ), un système de trop plein, ainsi qu'un coffret de commande avec horloge.**

Son capot est amovible et muni d'une sécurité mécanique.

En option, on peut y ajouter un électrolyseur au sel, ainsi qu'un BY PASS.

Au montage de la piscine, le mur peut reposer sur une dalle de béton ou sur une ou plusieurs rangées de blocs.

Il reçoit un coffrage de chaque côté, devant et derrière, pour assurer un bon maintien durant le coulage du béton.

Le feutre peut ensuite être directement mis en place sur le mur.

info@filtrinov.com / www.filtrinov.com

HANNA® instruments

L'analyse de l'eau en toute simplicité

HANNA instruments France est certifié ISO 9001

Régulation et dosage

Tout-en-un :

Security Pool Plus

NOUVEAUTÉ

Système de désinfection automatique *complet économique*

- *Exclusif : une sonde numérique combinée pH/rédox/température avec entrée différentielle protégeant des courants électriques parasites*
- *Entité compacte combinant 2 régulateurs proportionnels commandant 2 pompes doseuses péristaltiques silencieuses, avec débit réglable pour pH et chlore*
- *Montage de la sonde directement sur réseau hydraulique ou via une chambre d'analyse*
- *Budget et fonctionnement adaptés tant pour les spas que pour les piscines familiales jusqu'à 200 m³*

HANNA instruments France
Parc d'Activités des Tanneries - 1 rue du Tanin - BP 133 - Lingolsheim – 67833 TANNERIES CEDEX
☎ 03 88 76 91 88 – 🖷 03 88 76 58 80 – @ info@hannainstruments.fr – www.hannainstruments.fr

Lors du dernier salon de Lyon, Frédéric POTY dirigeant d'AQUACOVER et Evert Jan DE SMET, Directeur Export, nous ont accordé quelques instants pour faire un point sur leurs nombreuses nouveautés présentées au salon.

Basé à Andenne, près de Namur, le fabricant belge est spécialisé dans la fabrication sur mesure de couvertures automatiques.

Frédéric POTY

Quelles nouveautés avez-vous présenté à Lyon ?

Frédéric Poty : Nous avons développé un **système de verrouillage automatique, Cover Lock**, dont nous sommes très fiers. Cette innovation a nécessité beaucoup d'investissements humains et financiers, beaucoup de temps aussi, et nous sommes fiers du résultat obtenu. Nos clients ont été séduits par le produit sur le salon, ce qui s'est traduit par de nombreuses demandes. Les ventes ont démarré en janvier, après la fin des premiers tests normatifs.

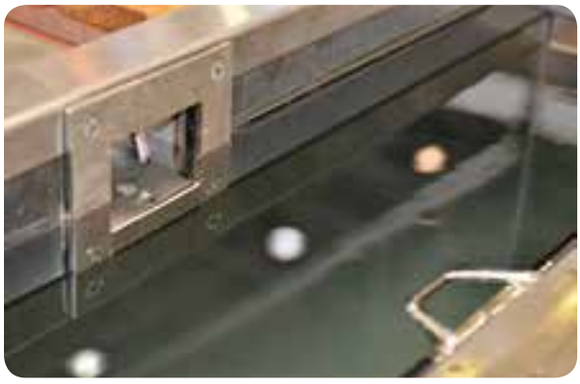
Par ailleurs, à la demande de nos clients, nous avons fait évoluer notre **système de couverture hors-sol, l'Exterior Cube, avec une alimentation solaire.**

Nous avons présenté également de petits accessoires, tels que les bâches de protection. La demande pour ce type de produits émanait de nos clients suisses. Ces produits simples sont destinés à protéger nos bancs hors-sol recouvrant la mécanique des couvertures automatiques. Ils les préservent tout l'hiver des saletés, feuilles, etc., de façon efficace. De plus, leurs coloris apportent de la gaité à l'environnement de la piscine en hiver. C'est une innovation qui a connu un franc succès sur le salon, où les ventes ont été lancées avec succès.

Evert Jan De Smet : Notre banc hors-sol connaît un grand succès grâce à sa structure entièrement démontable. Cet aspect constitue un énorme avantage par rapport aux volets hors sol de la concurrence, toujours réalisés en une seule pièce. Dans le cas de volets de 5 m ou 6 m, cela nécessite des pièces extrêmement lourdes alors qu'avec notre système, la logistique et le montage sont facilités.

F.P : A Lyon, nous avons aussi dévoilé une **nouvelle lame en polycarbonate, « Metal Look », à l'effet bronze doré**. Il s'agit d'une déclinaison de notre lame « Alu Look », très populaire actuellement. Les deux lames possèdent les mêmes caractéristiques, à savoir, qu'elles offrent une grande résistance mécanique (4 fois plus résistantes qu'une lame en PVC), une déformation à la chaleur nettement repoussée et donc une durée de vie accrue. De plus, nous venons d'obtenir notre agrémentation de conformité à la norme sécurité NF P90.308 sur une série de nos lames en polycarbonate.

Enfin, nous avons présenté **Cover Clean, un produit de nettoyage pour les lames,** permettant d'enlever les algues qui se forment sur la lame. Il est disponible en bidons de 5 litres.



Cover Lock

Comment sont commercialisés vos produits ?

E.D : Nos produits ne sont pas commercialisés directement aux particuliers. Lorsqu'ils nous font une demande, ceux-ci sont redirigés vers les revendeurs les plus proches. Nos ventes s'effectuent par des installateurs agréés et soigneusement sélectionnés. La pose des couvertures peut être faite soit par nos soins, si l'installateur le souhaite, soit par l'installateur professionnel lui-même, formé dans nos ateliers.

Exterior Cube Solar

Exterior Cube Solar

Cover Clean

Le nouveau client qui commande sa première couverture chez nous est toujours accompagné pour la pose.

Metal Look

Des projets en cours ?

F.P : Nous avons des projets d'investissement dans un centre d'usinage de découpe laser et presse plieuse, de façon à être vraiment autonomes et pouvoir gérer nos pièces sur mesure, à la demande de nos clients. Cela nous permettra également de répondre plus rapidement à des besoins spécifiques.

***Evert Jan DE SMET** et **Frédéric POTY** nous montrant le nouveau classeur de présentation des lames en PVC et polycarbonate destiné aux revendeurs*

info@aquacover.com / www.aquacover.com

VEGAMETAL

Spécialiste des abris de piscines XXL

Le partenaire idéal pour mener à bien votre projet

VEGAMETAL propose aux campings, centres sportifs et hôtels, de rentabiliser leurs installations grâce à ses abris de piscine fabriqués sur mesure et spécialement conçus pour recevoir du public (ERP).

Fort d'une expérience de plus de 20 ans dans la fabrication d'abris de grande dimension, le fabricant assure une parfaite sécurité et un confort optimum pour ses abris. **Chaque projet fait l'objet d'une étude personnalisée et d'un suivi complet, jusqu'à son installation par ses propres équipes de montage.**

Les abris sont fabriqués sur mesure répondant ainsi exactement aux exigences des clients et aux contraintes des chantiers.

De **nombreuses options** sont proposées (éclairage LEDS, ouverture en toiture, finition coloris bois, portes coulissantes latérales, etc.).

L'acquisition d'un abri de piscine permet de faire des économies importantes en termes d'entretien. Cela solutionne également le problème de baisse de fréquentation due au mauvais temps et revalorise vos installations tout en fidélisant votre clientèle.

Toutes ses structures répondent aux normes de sécurité en vigueur et sont fabriquées avec des matériaux de première qualité.

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

PROFLEX

Coller, jointer, réparer sous l'eau en toute tranquillité

La **colle-joint PRO-FLEX** en est désormais à la 6e génération hybride de sa composition, encore plus évoluée. Toujours formulée sans silicone, sans solvant, sans iso-cyanates et sans odeurs, ce produit est devenu en 20 ans l'un des meilleurs alliés des pisciniers sur les chantiers. Dans une **démarche écoresponsable,** PRO-FLEX est classé Eco-DDS depuis 2013 et A+ pour l'environnement. De plus, il s'utilise sans solvant, ni primaire d'adhésion, et peut s'enlever frais des mains et supports sans solvant, à l'aide d'un simple chiffon sec.

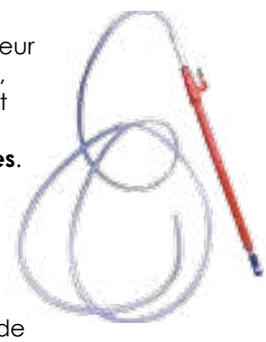
Distribué depuis 1995 exclusivement par les professionnels, il **permet de réparer sous l'eau** les fissures dans les liners, skimmers, escaliers en polyester, béton ou PVC, coques ou margelles, étancher un presse-étoupe de projecteur défectueux, fixer des ornements, coller des frises de carrelage, etc. **Il peut être peint avant ou après application,** ou appliqué directement dans un de ses coloris, blanc, bleu, transparent, gris, noir et sable. Conditionnée en cartouche de 310 ml, la colle-joint est réutilisable après ouverture.

Le fabricant propose aux professionnels de la piscine de distribuer ou d'importer PRO-FLEX et de figurer dans sa « Carte de France » des points de vente du produit. **Un kit d'outils de communication** leur est fourni, afin de présenter les caractéristiques du produit haut de gamme aux consommateurs. Pour en devenir importateur ou distributeur, il vous suffit de vous rapprocher d'AFG Europe afin d'obtenir la liste des Distributeurs Généralistes Piscine, qui vous feront une offre de prix et de conditions sur mesure.

afg2europe@gmail.com

MONETTA

AQUACYCLONIC : une canne aspirante pour assèchement complet



L'inventeur de l'aspirateur TYPHON à effet Venturi, **Pierre MONETTA**, revient avec une **nouvelle pompe Venturi à étages**. Conçue par Monetta Cyclone Typhon, cette canne aspirante **Aquacyclonic**, robuste, légère et peu encombrante permet de vider piscines, spas, fontaines, locaux techniques, caves inondées…, de façon à les assécher complètement.

Elle s'avère très pratique pour le nettoyage des fonds de bassin ou plans d'eau, en aspirant de façon radicale l'eau chargée de saletés.

On utilise l'eau du jardin, avec une pression à partir de 3,5 kg (sans détendeur), obtenant entre 3 et 4 m³ de débit et une hauteur de levage d'1,30 m à 4 m, pour travailler en toute sécurité.

contact@aquacyclone.com
www.aquacyclone.com

SAFIRA

Une solution pratique et efficace contre les troubles de l'eau

La Société Safira, société française spécialiste des répulsifs insectes pour piscine, propose également **trois floculants sous formes de pastilles, adaptés à chaque problématique de trouble de l'eau.**

Agissant selon le principe de la floculation, ils améliorent considérablement la filtration des fines particules en suspension, en les agglomérant sous forme de gros « flocs », et ce, à grande vitesse.

Safira propose 3 types de pastilles :

- Les pastilles Stop Eaux Vertes®, conçues avec une nouvelle génération de polymères hydrosolubles, permettront aux bassins qui commencent « à verdir », de retrouver une eau cristalline en quelques heures.
- Les pastilles Stop Eaux Troubles® sont idéalement dosées pour la plupart des piscines. En quelques heures, l'eau trouble redeviendra transparente et limpide.
- Stop Eaux Troubles® pour filtre à cartouche, pastille dosée pour un volume d'eau de 2 à 6 m³ a été spécialement développée pour les piscines de petite taille ou pour les spas fonctionnant avec un filtre à cartouche.

Les pastilles de floculant Safira sont **compatibles avec tout type de traitement**. Il convient de choisir la pastille qui correspond au problème rencontré (eau verte, eau trouble) ou au type de bassin, et de bien respecter le mode d'emploi.

Conditionnés en boites de 6 pastilles, ces produits sont d'une grande simplicité d'utilisation : la pastille est déposée dans le skimmer (ou dans un diffuseur) après un nettoyage du filtre.

Ainsi, Safira offre une solution pratique et efficace pour retrouver rapidement une eau saine.

www.safira.fr

PENSEZ-Y !

TOUCAN

Prix de l'Innovation dans la catégorie Services

À l'occasion du concours les **Trophées Piscine Innovations** organisé par Piscine Global, Toucan s'est distinguée en remportant le Prix de l'Innovation dans la catégorie des Services, grâce à son présentoir sol de PLV. **Pratique, compact et attractif, il a séduit de nombreux pisciniers en 2016.**

Cette PLV totem est livrée chargée des produits de l'ensemble de la gamme, prête à la vente, disposée sur palette protégée par un cache plastifié. Elle se recharge très facilement avec les présentoirs comptoirs traditionnels. Ses couleurs chaudes et son sympathique Toucan viennent égayer le point de vente.

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

ANALYSEURS FLOTTANTS CONNECTÉS .....

Quelle curieuse coïncidence de constater l'arrivée conjointe sur le marché de la piscine de plusieurs analyseurs d'eau connectés, de nouveaux objets intelligents prêts à séduire votre clientèle, à compter de ce début de saison 2017.
Si l'attrait des consommateurs pour les nouveaux analyseurs de piscine connectés doit égaler celui des pisciniers particulièrement nombreux sur les stands de leurs concepteurs respectifs - ainsi que nous avons pu le constater à l'occasion du dernier Salon professionnel de Piscine Global 2016, à Lyon -, il y a alors fort à parier que ces nouveaux objets devraient rencontrer un franc succès auprès du grand public, et donc être générateurs de chiffre d'affaires.

DE QUI S'AGIT-IL PRÉCISÉMENT ?

Quatre start-up répondant aux noms d'Asamgo, Ctac-Tech, Ondilo et Riiot Labs, viennent de dévoiler chacune (certaines avec un stand à Lyon), leur nouveau-né identifiable, respectivement, sous la marque ou nom de produit de Ofi (acronyme d'objet flottant intelligent), de Flipr (prononcer Flipper, comme le dauphin, qui fait du reste l'objet de leur logo), de Ico et de blue.

ICO by ONDILO

Selon le fondateur d'Ondilo, **Nicolas Fiorini**, sa société et son produit connecté Ico *« réinventent l'entretien des piscines en concevant des solutions innovantes qui permettent de profiter de sa piscine en toute sérénité. L'équipe d'Ondilo rassemble des compétences et des expériences complémentaires, à savoir celles de l'entrepreneuriat, des métiers de la piscine, du design, de l'ingénierie et du développement des services connectés, afin de proposer des produits connectés performants et intuitifs à tous ».* Et de préciser que la start-up est soutenue par plusieurs partenaires institutionnels tels que le Pays d'Aix, l'incubateur de la Belle-de-Mai, l'incubateur GreenTech du ministère de l'Environnement, BpiFrance et le Réseau Entreprendre Provence. *(Voir interview p.60)*

blue by RIIOT LABS

L'entreprise Riiot Labs a été fondée en 2015 par deux ingénieurs belges férus de technologies de l'information, **Benjamin Stévens et Julien Delarbre**. Leur produit phare blue est né du constat suivant : *« comment se fait-il qu'en 2016 ça reste encore toujours plus compliqué de posséder une piscine qu'une voiture ? Pourquoi les propriétaires sont-ils obligés de connaitre les paramètres chimiques de l'eau et d'entreprendre des interventions de chimistes ? Nous avons donc creusé cet aspect-là ».* blue a ainsi pris forme fin 2014, grâce à l'étroite collaboration d'entrepreneurs à succès, de spécialistes dans les domaines de la technologie, de la finance, ainsi que des scientifiques de l'industrie de la piscine. *(voir notre interview p.64)*.

blue (Riiot Labs)

Ofi by ASAMGO

Annick Le Bihan, la présidente et co-fondatrice de la start-up Asamgo, explique que *« la société a été créée en juin 2016 par 4 personnes de profils et de compétences variés, coiffant les domaines de l'informatique, de la finance, du marketing et de l'Internet. Comme la compétence en chimie faisait défaut, un contrat de partenariat a été signé avec le CNR. Cela a permis d'entreprendre une batterie de tests et tous les valider. Notre objectif est de concevoir des objets intelligents qui facilitent la vie en supprimant des contraintes réelles ; de proposer des alternatives simples à des problèmes complexes. »* *(Interview ci-contre)*

Flipr de CTAC-TECH

Paul Costaseca est à l'origine de l'idée du Flipr et c'est au Startup Week-end 2015 de Perpignan qu'il rencontra **Sven Fonteny et Florent Vidal** qui devinrent ses associés. Ensemble, ils ont fondé la start-up Ctac-Tech, dans le but de développer le projet du Flipr, un projet reconnu comme fiable et attrayant, qui leur ont valu d'être soutenus par l'Agglomération de Perpignan Méditerranée et par Plein-Sud Entreprises, membre du réseau Synersud, qui regroupent les entreprises innovantes de la région Languedoc-Roussillon. *(Interview p.61)*

ICO (Ondilo)

Ofi (Asamgo)

Flipr (Ctac-Tech)

Interview de Annick LE BIHAN
pour ASAMGO / Ofi

(Propos recueillis lors du salon Global Piscine de Lyon, en novembre 2016)

Présentez-nous votre société et la construction de votre projet…

Cela fait un an que nous travaillons sur le projet ; nous avons créé la société Asamgo en juin 2016. Nous sommes quatre personnes à l'origine de cette start-up, présentant des profils et des compétences variées, en électronique, en informatique, en finance, en marketing digital , mais pas en chimie. Pour cette dernière compétence, nous avons donc signé un contrat de partenariat avec le CNRS, le Centre national de la recherche scientifique.

Annick LE BIHAN

Nous avons collaboré avec l'équipe de laboratoire d'électrochimie à Brest. Ce laboratoire nous a d'abord permis de monter une plateforme de tests pour l'ensemble des sondes d'analyses, pour nous assurer de leur fiabilité, et finalement ne retenir que celles qui étaient pertinentes par rapport à notre projet. Ensuite, ce laboratoire a travaillé sur le traitement des données. Un point essentiel.

En quoi votre Ofi, objet flottant intelligent, est-il précisément intelligent ?

Car, en fait, il y a seulement trois sondes qui équipent notre appareil : une pour le pH, une pour le Redox et une autre qui gère conjointement la conductivité et la température. Avec cette combinaison d'informations, nous déduisons les niveaux de chlore, d'alcalinité et de dureté de l'eau, en l'occurrence des paramètres qui ne sont pas mesurés directement, mais calculés — ou sinon estimés — par déduction, grâce aux compétences du CNRS qui a validé tous ces traitements par des démonstrations en chimie fondamentale, et cela sur des plages de durée très très longues.

Les données d'analyses sont transmises au propriétaire de la piscine par le réseau Bluetooth ou Sigfox, sachant que l'un et l'autre permettent une communication fiable entre l'objet connecté et la base de données, sans avoir recours au réseau Wi-Fi, ce qui s'avère idéal dans les cas où la piscine est hors-champ de portée du Wi-Fi.

Par extension, notre objet flottant intelligent peut être utilisé également par les pisciniers, notamment pour une gestion à distance d'un parc de piscines.
L'autre intérêt pour les distributeurs, c'est qu'avec l'application dédiée à l'appareil, les consommateurs peuvent acheter en ligne les produits de traitement qui leur font défaut pour rééquilibrer l'eau de leur piscine. Une programmation préalable permet même de renvoyer le client vers le site marchand du piscinier.

De quelle automonie dispose votre appareil ? Quand sera-t-il commercialisé ?

Asamgo décline son appareil Ofi selon 2 modèles : l'un est en forme de globe dans lequel est intégré un éclairage ; l'autre est plat ce qui lui permet d'être compatible avec les couvertures flottantes et les volets automatiques. Tous deux sont équipés d'une batterie présentant une autonomie de deux ans, durée qui s'amoindrie considérablement lorsque la lumière est enclenchée, mais comme l'appareil se recharge via une cellule photovoltaïque ou un réceptacle par induction, l'autonomie est vite récupérée. Et pour ne pas se retrouver dépourvu, l'appareil envoie des notifications sur les terminaux pour prévenir que la batterie devient faible.

La commercialisation est prévue en 2017. Notre appareil est vendu au prix public conseillé de 399 €.

ofi@asamgo.com / www.oficoncept.com

DE QUOI S'AGIT-IL PRÉCISÉMENT ?

Né d'un constat commun selon lequel « entretenir une piscine serait vite contraignant », ces quatre start-up ont chacune de leur côté conçu un objet connecté chargé de soulager les propriétaires de piscine en matière d'astreintes liées aux analyses régulières de l'eau, de l'interprétation des résultats, aux solutions idéales à apporter le cas échéant pour équilibrer l'eau, et en matière d'anxiété lorsqu'il s'agit de s'absenter de chez soi une certaine période en laissant l'eau sans surveillance. Bref, concevoir un objet qui ôte toutes incertitudes.
Ces nouveaux appareils connectés aux designs soignés ont pour fonction d'analyser les paramètres essentiels de l'eau d'une piscine et d'en transmettre les résultats fiables en temps réel sur un ou plusieurs supports informatiques tels que smartphone, tablette numérique et/ou ordinateur.
De formes cylindriques, **Ofi**, **ICO** et **blue** flottent tous trois en position verticale dans l'eau, tandis que le filiforme **Flipr** peut aussi être fixé à la paroi sous margelles, à l'aide d'une ventouse.
Bien que connectés, ces objets ne pourraient être assimilés à de la domotique puisqu'il n'y a pas d'interaction entre l'émetteur et le récepteur. Si, à titre de comparaison, nous devions les rapprocher d'un autre objet similaire, alors nous conviendrions qu'ils s'inspirent de ces thermomètres flottants digitaux sans fil pour piscines, apparus à l'aube des années 2010, lesquels transmettent la température de l'eau et celle extérieure, en direct, sur une station mobile. Autant dire que ces derniers risquent de perdre de leur intérêt si ces nouveaux objets connectés rencontrent le succès escompté. Maintenant, à l'attention de nos lecteurs qui suivent l'actualité professionnelle outre-Atlantique, nous leur dirions qu'il s'agit en quelque sorte d'une émanation du **pHin**, né d'une start-up américaine et destiné au marché américain.

QUELLES FONCTIONS POUR CES APPAREILS ?

Outre l'électronique embarquée qui fait appel à des algorithmes complexes, ces appareils sont équipés de sondes d'analyses de dernière génération qui prennent en charge les paramètres clés nécessaires pour s'assurer du bon équilibre de l'eau d'une piscine. Sont ainsi mesurés le taux du pH, du chlore ou du brome, la teneur en sel, la conductivité, généralement la dureté et l'alcalinité, sans omettre la température de l'eau. Cet ensemble d'informations recueillies est ensuite transmis à un ou plusieurs terminaux (smartphone, tablette numérique et/ou ordinateur), via un réseau, en l'occurrence Sigfox, en passe de devenir un standard international. Il s'agit d'un réseau à très faible débit, indépendant d'Internet, de la 3G ou de la 4G, qui dispose d'un important maillage et qui reste dédié exclusivement aux objets connectés. Le consommateur n'a pas d'abonnement à prévoir, ce dernier étant supporté par le fabricant de l'objet.

Lorsqu'une application Smartphone vient en complément de l'objet connecté, le consommateur peut alors paramétrer des catégories et des fréquences de réceptions de notifications. Il peut aussi bénéficier d'informations et de conseils pratiques sur les éventuelles actions à mener en fonction des résultats relevés. Il a la possibilité aussi d'accéder à un historique des précédentes analyses conservées en mémoire, voire commander en ligne des produits de traitement d'eau pour une livraison à domicile, et parfois même être mis en relation téléphonique avec son piscinier.

Interview de Nicolas FIORINI pour ONDILO / Ico

Quels sont les objectifs et les compétences de votre société ?

La société Ondilo a vu le jour fin 2014, avec pour objectif de développer des services innovants en matière de gestion des piscines.

Pour avoir toujours été dans le développement de produits d'innovation dans les domaines technologiques, j'apporte mon savoir-faire concernant la partie entrepreneuriale. Je me suis rapproché de Didier Roussel, devenu associé-conseil au projet. Comme il dirige un centre de formation des traitements de l'eau des piscines (CFA Port-de-Bouc), il amène à ce titre toute l'expertise terrain. J'ai constitué une équipe d'ingénieurs spécialisés sur toute la chaine de développement : la partie mécatronique (mécanique et électronique embarquées), la communication, et tout l'Internet (plateforme de service Cloud, interfaces mobiles sur Smartphone, développement web...). Nous sommes 8 personnes, plus 3 autres au sens d'associés conseil.

Pourquoi avoir choisi le créneau de la piscine ?

Bien que ma piscine soit équipée d'un électrolyseur et d'une régulation de pH, je suis confronté à des problèmes de traitement d'eau, sans raisons apparentes. En creusant un peu la chimie de l'eau pour comprendre les raisons et déterminer les actions à mener, j'ai constaté que cette démarche n'était pas simple. Et pour en avoir discuté autour de moi, finalement peu de gens se sentent à l'aise avec leur piscine. Aussi, fort des moyens technologiques dont nous disposons aujourd'hui et de mon expérience professionnelle, ai-je décidé de créer un appareil qui apporterait de la valeur ajoutée aux utilisateurs, en leur permettant notamment de réagir aisément aux différents comportements de leur eau, grâce à un système qui démystifie la piscine et la chimie de l'eau, tout en conseillant le plus simplement possible.

Nicolas FIORINI

Pouvez-vous nous présenter Ico ?

Ico est un îlot flottant connecté qui mesure en temps continu différents paramètres critiques de l'eau d'une piscine (pH, taux de désinfectant avec l'ORP, la conductivité, la température) pour les envoyer sur un serveur Cloud, où est développé une analyse via des algorithmes particuliers. On instrumente une recommandation qui est poussée sur une application mobile (Smartphone ou tablette). On va traduire cela à l'utilisateur dans des actions les plus simples possibles, tout en y amenant aussi un peu d'intelligence pour le rassurer sur des anticipations, notamment en fonction de la météo à venir. L'objectif est de réduire la quantité de produits chimiques utilisés en ayant une approche beaucoup plus raisonnée de l'ensemble de sa piscine.

Quels sont les atouts majeurs d'Ico ?

Le premier élément, c'est sa taille : petit, compact avec un niveau de flottaison n'entravant pas la fermeture des volets tout en continuant d'émettre. Pour ne pas restreindre Ico au seul réseau Sigfox, nous avons déployé également une connectivité Wi-Fi, de sorte que cela réponde à toutes les configurations d'implantation.

Côté consommables, nous avons équipé l'appareil d'une batterie rechargeable pour ne pas avoir à la remplacer tous les 2 ou 3 ans. De plus, les sondes capteurs sont interchangeables, de manière indépendante. On remplace ainsi chacun des éléments, le moment venu.

Avez-vous contracté de quelconques partenariats ?

Outre un prix innovation obtenu à Las Vegas, Ico est labélisé « santé et environnement » depuis l'été dernier, ce qui nous offre un accès à tous les centres technologiques du ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer. Nous avons ainsi un partenariat avec Météo France, d'où des informations que l'on recueille qui sont différentes de celles de nos concurrents. Sur la chimie lourde, nous bénéficions de partenariats beaucoup plus avancés, puisqu'on a accès directement aux ressources scientifiques du ministère.

A quel marché se destine Ico ?

Le produit est désigné pour être exportable. On vise le marché international, d'autant qu'on a échangé avec 36 pays lors du récent salon professionnel de la piscine à Lyon. D'où notre choix d'une connectivité Wi-Fi pour notre appareil en parallèle du réseau Sigfox, puisque ce dernier, n'est pas encore complètement déployé en France et dans tous les pays.

Comment est-il commercialisé ?

Nous avons deux approches commerciales : l'une pour les consommateurs, l'autre pour les pisciniers. Pour ces derniers, on a donc développé une console d'accès spécifique où ils ont accès aux données de la piscine de leurs clients - sous réserve évidemment de leur accord - leur permettant ainsi une gestion à distance.

Nous avons donc deux réseaux distincts de distribution. La segmentation se fait par les interfaces, les applications et les niveaux de services.

Le prix de vente public conseillé de l'Ico est de 449 € TTC.

contact@ondilo.com / www.ondilo.com

Interview de Paul COSTASECA
pour CTAC-TECH / Flipr

Présentez-nous succinctement votre société…

Nous sommes trois cofondateurs dont les compétences sont très complémentaires. J'ai en charge le marketing. Le deuxième, Sven Fonteny, s'occupe de toute la partie business développement, tandis que le troisième, Florent Vidal, ingénieur de formation, est spécialisé en biochimie. Nous nous sommes intéressés au marché de la piscine, parce qu'en tant que propriétaire d'une piscine, je suis confronté à des difficultés de traitement d'eau malgré des analyses régulières, d'où l'idée d'avoir un objet qui m'informe de l'entretien à faire en temps réel. C'est ainsi qu'est né Flipr notre objet connecté.

***Paul COSTASECA**, Directeur Marketing*
***Florent VIDAL**, Directeur technique* **- Sven FONTENY**, *Président*

Quelles sont ses particularités ?

Il analyse en temps réel la qualité de l'eau et envoie les résultats sur un smartphone, agrémentés de conseils clairs et précis, pour aider l'utilisateur à mieux gérer sa piscine.
La force de notre appareil est sa capacité à prédire ce qui va se passer dans l'eau durant les prochains jours. Les puissants algorithmes de nos serveurs permettent de connaître les situations de chlore, de pH et de température d'une piscine jusqu'à 5 jours. Cette force de prédiction permet d'adresser des conseils très personnalisés aux consommateurs, pour qu'ils gèrent au mieux leur consommation de produits de traitement d'eau, avec la garantie d'une eau saine, sans prolifération de bactéries et d'algues. Vous l'aurez compris, nous ne nous contentons pas de véhiculer une information en temps réel, mais d'apporter une information qui prend en compte ce qui peut se passer dans les prochains jours. D'où une véritable création de valeur, car si l'utilisateur restera toujours capable de prendre lui-même les mesures de son bassin, l'être humain n'est pas doté de pouvoirs prédictifs, contrairement aux machines, et en l'occurrence Flipr.
Enfin, question consommable, Flipr intègre des sondes Redox, pH, conductivité et température, qu'il faut remplacer généralement tous les 2 ou 3 ans. Quant à la batterie, son autonomie est de 3 saisons. Mais sachant que nous avons estimé la saison à 7 mois, il est fort à parier que la plupart des batteries fonctionneront encore au-delà des 3 ans.
De plus, pour les pisciniers, nous avons développé le service Data Pool qui permet de récupérer l'ensemble des données collectées par Flipr. Ce dernier est capable de remonter énormément d'informations sur la piscine. Cette offre leur sera proposée gratuitement cette année, puis sous forme d'abonnement. L'interface permet de comprendre les habitudes de consommations du client, et de connaître les caractéristiques de la piscine comme par exemple la présence ou non d'une couverture, celle d'un robot, le type de traitement employé… de sorte que les pisciniers pourront communiquer directement avec leurs clients via l'application Flipr pour proposer des offres de service ou des promotions en cours.

Flipr a la particularité de se fixer à la paroi ?

On laisse la possibilité au client de laisser le Flipr flotter dans le bassin ou de le fixer à la paroi. Nous recommandons la seconde solution pour les raisons suivantes. D'abord, ne pas être importuné par un objet qui flotte participe au confort de la baignade. Ensuite, la qualité de prise de mesure est meilleure lorsque l'appareil est fixe, parce qu'un flux d'eau continu passe via l'appareil et ses sondes de mesure. Il n'y pas de risque que Flipr se loge dans le skimmer ou dans une zone où il y aurait un déficit de chlore ne correspondant pas à la réalité de l'ensemble de la masse d'eau. C'est la raison pour laquelle nous avons énormément travaillé le design de l'appareil, en recherchant la discrétion de l'objet, qui se fond complètement dans le décor.

Où s'achètera Flipr ?

Nous le destinons aux marchés français, européen, américain… Mais dans un premier temps, ce sera le marché français dès le mois de mars, puis le marché belge et espagnol au début de l'été.
Il sera disponible en vente directe sur notre site Internet et chez les pisciniers via les distributeurs, au prix de vente public conseillé de 299 € TTC. Et pour remplacer l'ensemble des sondes, il en coûtera 80 € TTC, frais de transport compris.
pro@flipr.fr / www.flipr.fr

DESTINÉS AUX PROPRIÉTAIRES DE PISCINES ET DE SPAS

Qu'il s'agisse de piscines traitées au chlore, au brome, par électrolyse de l'eau salée, que les bassins soient équipés ou non d'un volet automatique, ces appareils restent compatibles.
Ils s'adressent aux propriétaires de piscines familiales et/ou de spas qui sont dépourvus de régulations automatiques.
Quant aux électrolyseurs, une précision à l'intention de ceux qui considèrent ce traitement comme automatique et n'entrevoient à ce titre l'intérêt d'un analyseur connecté : certes la production de désinfectant est assurée de manière linéaire et régulière, mais il n'en demeure pas moins qu'une insuffisance ou un excès de salinité dans l'eau est dommageable pour les électrodes, et que le taux exact de sel contenu reste malgré tout une information clé pour en prolonger la durée de vie.

DES ANALYSES D'EAU, ET PAS QUE...

Au-delà des analyses recueillies en direct, ces appareils offrent un complément d'informations et de conseils judicieux.
Prenons plusieurs exemples. S'ils sont reliés aux informations météo, ils anticipent, ils préviennent pour corriger préventivement. blue de Riiot Labs, a intégré que la pluie déséquilibrait le pH des piscines, à la baisse ou à la hausse. L'application propose ainsi à l'utilisateur d'ajouter du pH-plus ou du pH-moins dans l'eau de la piscine, lorsque la météo annonce de la pluie, pour éviter un déséquilibre du pH, lequel s'accompagne immanquablement d'une moindre efficacité du chlore.
Autre cas de figure : l'application avertit le propriétaire lorsque la température de l'eau descend en dessous du seuil au-delà duquel il est temps d'entreprendre l'hivernage de sa piscine.

SURVEILLER PLUSIEURS BASSINS À LA FOIS

Il est possible de paramétrer plusieurs piscines, (comme par exemple celle du domicile de son client et une autre dans sa résidence secondaire), ou encore de permettre au client de partager les informations relevées dans sa piscine avec différents membres de sa famille ou un voisin...
Une solution idéale pour s'absenter suffisamment longtemps de chez soi sans redouter l'état dans lequel pourrait se retrouver la piscine s'il elle était restée dans surveillance.

PiscineSpa.com
Le magazine de la piscine et du spa

VOS CLIENTS D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN SONT SUR PISCINESPA.COM
ET VOUS ?

- Présence dans l'annuaire des professionnels
- Mise en relation avec l'internaute
- Accès aux demandes de devis
- Mise en valeur de vos réalisations
- Valorisation de votre entreprise dans nos contenus rédactionnels
- Coproduction et diffusion de vidéos
- Campagne display et habillage
- Native advertising...

100% responsive

Professionnels, donnez de la visibilité à votre entreprise !

www.piscinespa.com

Piscine & Lifestyle | Spa & Wellness | Jardin & Décoration

DÉCOUVREZ AQUASWIM® POUR LE TRAITEMENT DES PISCINES PAR ÉLECTROCHLORATION

AQUASWIM UNIVERSEL

3 fonctions en 1
- Sel
- Anticalcaire
- Anticorrosion

AQUASWIM ACTI4+

4 fonctions en 1
- Sel
- Stabilisant
- Anticalcaire
- Anticorrosion

La Référence du Traitement de l'Eau par le Sel pour prendre soin de votre piscine

Pastilles à base de sel conforme à la norme EN 16401 qualité A

ORIGINE FRANCE GARANTIE

BVCERT. 6181559

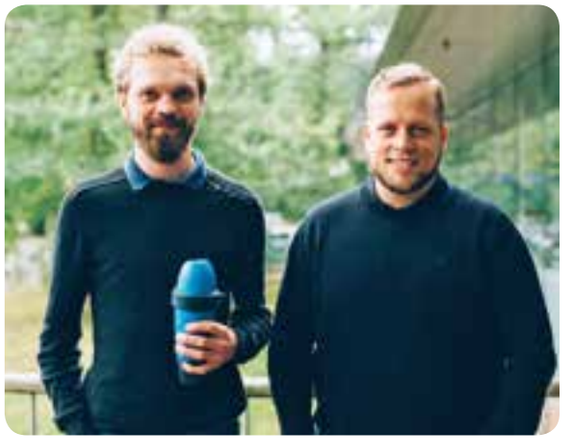
SALINS

Service Consommateurs
Clichy Pouchet - Bât A
92-98 bd Victor Hugo - 92115 Clichy

Pour plus d'informations, visitez notre site piscine.experts-eau.com

Entretien avec… RIIOT LABS
Un objectif : le partage de l'information

Fondée en 2015 par deux ingénieurs expérimentés en technologie de l'information, Benjamin Stévens et Julien Delarbre, Riiot Labs (Research In Internet Of Things Labs), a pour objectif de créer des produits innovants, fiables et durables pour la piscine en vue de la digitaliser.
Depuis fin 2014, les fondateurs sont en étroite collaboration avec des entrepreneurs à succès et des spécialistes dans les domaines de la technologie, de la finance, ainsi que des scientifiques de l'industrie de la piscine.
Leur premier objet connecté, blue by Riiot, est né après deux années de recherche et développement. Cet objet connecté, flottant dans la piscine et analysant la qualité de l'eau, transmet aux utilisateurs des informations ainsi que de nombreux conseils, via une application.



Julien DELARBRE** et **Benjamin STÉVENS
Les fondateurs

Nous nous sommes rendus chez RIIOT LABS et avons interviewé Benjamin Stévens, PDG et Co-fondateur de l'entreprise, et Bernard Vonèche, le Directeur Marketing.

Quelle a été votre approche du marché de la piscine ?

Benjamin Stévens : Ni moi, ni Julien Delarbre (NDLR : Directeur de la Technologie et Co-fondateur de RIIOT LABS) ne venons du milieu de la Piscine. Nous sommes des informaticiens-entrepreneurs qui recherchions une idée de création de nouvelle société dans le domaine des objets connectés. Nous étions en contact avec The Faktory*, pour étudier la faisabilité d'un projet destiné à « tracker » l'activité en piscine, comme cela se fait actuellement dans le sport.

Nous avons été amenés à interviewer des propriétaires de piscine, nous interrogeant sur leurs habitudes en piscine : activité physique, loisirs,... Au fil des conversations, la préoccupation de la qualité de l'eau devenait récurrente, de même que certaines mésaventures en vacances ou résidence secondaire, suite à des soucis d'entretien de la piscine.

Nous avons donc commencé à nous intéresser à cette problématique, en collectant des informations. Nous avons collaboré avec un bureau d'ingénieurs chimistes belgo-suisse, pour bien comprendre les enjeux d'une eau de piscine équilibrée. Nous avons ensuite prospecté sur le marché et découvert qu'il existait diverses solutions dans ce domaine, soit une formule professionnelle mais d'un certain coût, soit une formule simple sous forme de kits de test avec bandelettes... Notre axe de recherche étant l'IoT (objet connecté), nous avons cherché un segment se situant entre le marché de la bandelette et celui de la domotique appliquée à la piscine.

Jérôme VANHOOF, Benjamin STÉVENS, Julien DELARBRE, Bernard VONÈCHE

Notre approche est de laisser l'humain comme acteur du système : l'appareil mesure en collectant des informations, mais c'est l'utilisateur qui intervient pour la régulation et notifie qu'il l'a fait. L'autre élément important est que le dispositif mixe des informations externes : météo et prévisions, géolocalisation,... afin d'anticiper le type de correction à apporter.

** The Faktory est un fonds d'investissement privé pour Startup tournées vers les nouvelles technologies, fondé par l'entrepreneur belge Pierre L'Hoest.*

Siège social et laboratoires de Riiot Labs (Liège, Belgique)

Donc si par exemple vous savez que dans 3 jours il y aura de l'orage, vous allez intégrer ce paramètre ?

BS : Tout à fait. Le blue, une fois dans la piscine, collecte des informations, mais aussi des données externes de services tiers. À l'avenir, les informations pourront venir d'autres appareils connectés (station météo locale...), afin de fournir des prévisions et du conseil au propriétaire ou à la personne qui fait la maintenance.

Est-ce que cela va jusqu'à l'alarme ? Est-ce que mon iPhone sonne si quelque chose est détecté ?

BS : Oui, absolument, le système envoie une notification sur votre smartphone. Pour les piscines bénéficiant déjà d'un

dispositif automatisé, blue va assurer une double vérification. Tandis que pour les piscines non équipées, il sert de véritable assistant, avec un guide de dosage des produits.

Bernard Vonèche : L'idée n'est pas de dire 'attention, il y a telle valeur insuffisante, ou en surplus', mais c'est surtout de conseiller l'utilisateur dans telle ou telle situation. Vous alerter sur les valeurs c'est une chose, mais vous dire comment les ajuster, c'en est une autre. La vraie promesse est surtout là !

BS : Il est vrai que l'on voit beaucoup de piscines connectées, mais essentiellement pour de l'affichage déporté d'informations. Notre dispositif va bien au-delà.

Pour résumer, blue transmet donc l'information accompagnée de conseils aux utilisateurs, via une application. Mais pour les conseils, vous savez qu'il existe plusieurs types de produits de traitement de piscine. Comment l'appareil doit-il être paramétré pour ces différents cas de figures ?

BS : C'est prévu par l'application. Lorsque l'on acquiert blue, on le configure selon la piscine de l'utilisateur, avec une série de données : piscine intérieure, extérieure, enterrée ou non, désinfectée au chlore, brome, sel, ozone, de façon manuelle, automatique... Ces paramètres vont intégrer les algorithmes que nous avons développés pour générer des conseils. Les conseils seront bien évidemment différents selon chaque configuration de piscine et selon les produits employés. En ce qui concerne ces derniers, nous allons encore plus loin, en indiquant un dosage basé sur les fiches techniques des produits les plus vendus. Nous sommes actuellement en discussion avec les fabricants de produits chimiques, pour pouvoir apporter des conseils plus précis sur tel ou tel produit spécifique.

J'imagine que vous pouvez faire des mises à jour régulières toute l'année ?

BS : Oui, c'est tout l'intérêt de ce produit 'vivant'. Le Cloud évolue, car toutes les applications algorithmes y sont présentes, et plus l'on collecte de données, plus il devient intelligent. Les interfaces des utilisateurs sont améliorées régulièrement aussi, en fonction des feedbacks des clients.

Un point important concernant la connectivité est que notre système utilise 2 canaux de connectivité. Un premier fait appel au réseau Sigfox, une technologie française fonctionnant sur le principe d'un réseau GSM : le blue est connecté de manière autonome sans utiliser un réseau existant comme le WI-FI de la maison. On le positionne dans la piscine, c'est connecté ! On le prête à son voisin, c'est connecté ! C'est un appareil très 'Plug-and-Play' ne nécessitant pas d'installation.

blue by Riiot et son application

À cela s'ajoute la technologie du Bluetooth, permettant d'interagir directement avec son smartphone. Chaque donnée est accessible instantanément en un clic sur son téléphone mobile. Ce dernier permet également de calibrer le blue, via l'application, en quelques minutes.

Comment est structurée la société ?

BS : Nous sommes 6 personnes à temps plein. Julien Delarbre et moi-même sommes les fondateurs de la société, tous deux de profil technique. Peu à peu, nous quittons cette partie technique pour nous pencher sur la gestion stratégique de la société. Nous avons donc renforcé l'équipe, avec des développeurs ingénieurs en informatique, pour prendre le relais de notre travail, et un renfort en marketing, avec Bernard Vonèche. Notre société a bénéficié du soutien de l'investisseur belge The Faktory, qui nous soutient non seulement financièrement, mais aussi en ressources humaines. En fonction des besoins, nous sommes entre 8 et 10 personnes. Nous prévoyons des recrutements en 2017, pour passer à un effectif de 10 à 12 personnes.

Le salon de Lyon a dû être un formidable accélérateur ?

BS : En effet, le lancement officiel de la commercialisation a eu lieu le premier jour du salon Piscine Global de Lyon en novembre dernier. Nous y avons pris de nombreux contacts avec des professionnels du secteur à l'échelle européenne, mais aussi avec certains acteurs biens connus du marché, à l'échelle mondiale. Une version internationale du produit, compatible avec le marché américain est actuellement en phase de test et sera disponible très prochainement. Nous avons aussi des discussions ouvertes avec des distributeurs en Italie, en Espagne, dans les pays d'Europe de l'Est et en Suisse.

BV : Nous proposons un produit de qualité et le meilleur allié pour vendre un produit de qualité, ce sont les professionnels, en l'occurrence les pisciniers. Notre programme de Revendeurs Autorisés « Riiot Labs » en est une preuve, nous comptons bien travailler avec eux, main dans la main.

Le packaging de blue by Riiot

BS : En présentant le produit aux professionnels de la piscine, nous nous sommes rendu compte de leur besoin de fidéliser leur clientèle. Nous fournissons des services en ce sens, tels que des tableaux de bord pour gérer leur parc de piscines sous forme d'application web.

Quel est votre Rayon d'action ?

BS : Depuis fin 2016 le produit est en vente et livré en France, Espagne, Allemagne, Italie et dans le Benelux. D'ici avril 2017, nous vendrons dans toute l'Europe et avons pour objectif une disponibilité sur les marchés américain, australien et canadien pour fin 2017/début 2018.

Entretien avec… RIIOT LABS
Un objectif : le partage de l'information

Riiot Labs au salon de Lyon 2016

Prévoyez-vous d'autres produits pour le marché de la piscine, d'autres développements ?

BS : À terme, et au travers d'autres produits actuellement en développement, nous visons à déployer une réelle expertise pour l'entretien des piscines. Pour résumer RIIOT LABS : nous souhaitons digitaliser la piscine ! Au-delà de l'analyseur blue, nous avons des projets de connectivité avec d'autres fabricants comme REGUL' Electronique pour les régulateurs par exemple. Notre but est de développer les moyens d'exploiter ces données collectées, pour qu'elles soient utiles à la fois au propriétaire et au piscinier, voire au fabricant.

On pourrait donc arriver, à terme, à des piscines entièrement connectées ?

BS : Oui, nous pensons que c'est dans cette direction qu'il faut aller.

BV : Mais il ne faut pas voir la piscine connectée comme une source d'alertes non-stop. L'idée est surtout de faire interagir différents appareils et de partager les données entre ceux-ci. Certains appareils prélèvent beaucoup de données, pouvant énormément servir aux autres dispositifs (niveau d'eau, chauffage...). L'enjeu sera donc, dans les prochains mois et prochaines années, de faire interagir au mieux ces appareils et de les rendre intelligents.

De quoi est composé l'appareil ?

BV : L'appareil en lui-même mesure 25 cm de haut pour un diamètre d'environ 9 cm et pèse 700 g. Il est composé de 2 parties : une partie immergée, qui contient la recharge, la batterie et les sondes, et une partie supérieure, hors de l'eau, contenant tout l'électronique, micro-processeurs et télécommunication.

Comment ça marche ?

BV : De manière très simple. Après une première mise en route de quelques minutes, avec notamment une calibration guidée pas-à-pas via l'application, l'utilisateur reçoit les premières informations et les premiers conseils afin d'obtenir une eau idéale pour la baignade. Ensuite, grâce à la quantité de données récoltées et au travail de nos ingénieurs et de nos algorithmes, les prédictions et notifications deviennent de plus en plus intelligentes au fil du temps, ainsi que les actions suggérées.

Quel est son prix ?

BV : 449 € TTC pour le propriétaire de la piscine.

blue by Riiot reçoit un Innovation Award à Las Vegas, au Consumer Electronics Show, qui s'est tenu du 5 au 8 janvier 2017.

B.V : Nous venons de recevoir le prix « CES Innovation Award ». Il s'agit là, comme l'organisateur le définit, de la reconnaissance ultime pour le design et l'ingénierie de produits technologiques à destination du grand public. Dans notre catégorie Smart Home, nous nous retrouvons aux côtés de marques bien connues comme Samsung, LG, Somfy, qui ont également été récompensées.

De gauche à droite :
Bernard VONECHE** (Riiot Labs), **Ludovic LE MOAN** (Sigfox), **Simon ALEXANDRE** (Directeur de The Faktory) et **Pierre L'HOEST

B.S : Cet Award représente la consécration de 24 mois de travail. Il nous offre une visibilité internationale, mais également une crédibilité auprès de nos partenaires commerciaux. Après la sélection officielle au grand prix de l'innovation technologique de la Foire de Paris, en avril 2016, et l'incroyable succès au salon Piscine Global, à Lyon en Novembre, les débuts sont prometteurs.

Pour devenir revendeur ou pour plus d'informations, visitez http://riiotlabs.com/fr/revendeur

Expert depuis 1928

hth

Plus besoin de casser les galets pour traiter les piscines hors-sol !

Idéal piscines 10 à 30 m³

NOUVEAU galet 135 g pour un dosage plus précis !

Dosage facile :
1 galet = 10 m³ = 7 jours

Accéder à notre site internet

www.hthpiscine.fr

Utilisez les produits chimiques de traitement d'eau avec précaution. Avant toute utilisation, lisez l'étiquette et les informations concernant le produit.

PRÉSERVER VOTRE POMPE DE PISCINE

Quelques conseils, pour passer l'hiver sereinement

Les hivers se suivent et ne se ressemblent pas. Celui de cette année nous a déjà apporté quelques épisodes de grand froid, avec des températures de -19 °C dans le Doubs, - 11°C à Mulhouse, et même -4°C à Marseille et Calvi en janvier. Qui dit froid dit protection des équipements de la piscine les plus sensibles.

Si vous voulez protéger la pompe de piscine de votre client, c'est le moment de mettre à profit votre professionnalisme, en installant quelques dispositifs de protection. Un moyen de vous assurer sa reconnaissance... Voici quelques conseils pour passer l'hiver sereinement et préserver sa pompe de piscine.

Jacky MENANT
Responsable usine et production chez ACIS

1re SOLUTION :

Mise en place d'un thermostat ou d'un coffret hors gel, qui va démarrer la filtration dès que la température approche 0°C.

Thermostat et coffret WA

Ce système présente l'avantage de protéger, en plus de la pompe, tout le circuit hydraulique en empêchant la prise par le gel d'une partie du bassin, skimmer, etc.

Attention à veiller au niveau d'eau dans le bassin, qui en cas de baisse, peut vous obliger à aspirer par le fond.

Si vous avez la chance d'avoir devant vous une pompe à vitesse variable ou à plusieurs vitesses, vous ferez démarrer celle-ci en basse vitesse dans le but de consommer le minimum d'énergie.

MKB VS, VIPOOL

Si d'autres pompes type NCC ou surpresseur sont présentes dans le local, il ne faudra pas oublier de les vidanger.

Surpresseur Norystar, VIPOOL et pompe NCC, JetVAG

2e SOLUTION : Arrêter la filtration

Avec un local technique isolé, vous pouvez installer un convecteur en le positionnant sur le mode hors gel. Par sécurité, ouvrir le disjoncteur « protection moteur de pompe », de façon à condamner une éventuelle mise en route de la pompe avec un niveau d'eau inadapté dans le bassin.
Ce mode protège la totalité du local contre le gel et l'humidité et évite des contraintes de vidange et réamorçage des pompes.

Avec un local technique non isolé, vous allez devoir protéger les pompes contre la prise par le gel.

Pour ce faire :

- Condamnez électriquement les pompes en abaissant les protections électriques en amont. .
- Fermez les vannes d'aspiration et celles de refoulement si la pompe est en charge (sous le niveau d'eau).
- Enlevez les bouchons de vidange et ouvrez le couvercle de panier préfiltre (pompe filtration).
- Nettoyez le panier préfiltre ; vous pourrez y déposer les bouchons de vidange pour ne pas les égarer.

Ouvrir le couvercle du panier, y déposer les bouchons

Après l'hiver, à la remise en service de la piscine

Après l'hiver, pour le redémarrage, repositionnez les bouchons et le panier.
Contrôlez la bonne rotation de l'arbre en vous aidant d'un tournevis que vous placerez au niveau de l'arbre, côté ventilateur.

Si l'arbre tourne librement, vous pouvez procéder à l'amorçage de la pompe :

- Remplissez d'eau le corps de la pompe
- Réarmez les disjoncteurs moteurs
- Démarrez la pompe
- Ouvrez les vannes d'aspiration
- Ouvrez lentement les vannes de refoulement

Dans le cas d'un arbre bloqué ou avec une rotation difficile, il faudra en diagnostiquer la cause et envisager les solutions suivantes :

Problème	Solution
Présence d'un corps étranger qui interfère au niveau de la roue (turbine)	Un nettoyage s'impose.
Rotor oxydé	Dérouillage du rotor
Garniture mécanique, collée	Décollement ou changement.
Roulements oxydés	Changement de ceux-ci.

Pompe MJB, Vipool en coupe

Entretien avec… Emmanuelle COLLIN
Hydro Sud Direct

Hydro Sud Direct est né en 1983 à Bordeaux, créé par Philippe Remonato. En 1998, naît le réseau et ses 3 premiers membres adhérents, se consacrant aux activités de construction, rénovation et entretien de piscines, ainsi qu'à la vente de matériels de piscines et de spas... S'en suivent l'implantation progressive du réseau en Belgique, puis en Espagne, et le lancement du site marchand piscines-hydrosud.fr sur internet. En ligne, on y trouve près de 5 000 références produits, plus de 3 000 références de pièces détachées, des fiches techniques, des conseils de pros et toutes les coordonnées des magasins du réseau.

Ce dernier comprend actuellement 135 magasins dédiés à la piscine, au bien-être, à la détente et au jardin, répartis sur les 3 pays. En 2013, le réseau fêtait déjà ses 15 ans d'existence lors du 10e Salon d'Enseignes Hydro Sud Direct, un meeting qui réunit chaque année les acteurs du réseau. La 13e édition du salon, qui se tenait fin octobre 2016 à Bordeaux, a accueilli quelques 400 partenaires.

Emmanuelle COLLIN

Nous avons rencontré Emmanuelle Collin, Dirigeante de l'entreprise depuis 2003 et fille du fondateur Philippe Remonato. Elle était accompagnée de Delphine Grosso, Responsable Marketing de l'entreprise, depuis 2005.

Philippe Remonato nous a rejoints au cours de l'interview, pour nous parler de son expérience.

Comment êtes-vous arrivée dans la société ?

Emmanuelle Collin : J'ai 'baigné' dans la piscine depuis mon plus jeune âge… J'ai suivi les étapes de la vie d'entrepreneur de mon père dès petite. Ensuite, j'ai participé à quelques salons de la piscine avec la société Sud-Ouest Filtration (SOFI), le premier quand j'étais en BTS. Étudiante, j'ai aussi passé quelques soirées d'hiver pour apporter mon aide à la rédaction et aux corrections des catalogues d'Hydro Sud et de la SOFI. J'ai travaillé durant l'été 1997, toujours à la SOFI, au service Fabrication. J'y ai découvert les joies de la planification de la fabrication des liners et couvertures, que je gérais à l'époque sur Excel. J'ai prêté main forte également aux équipes du plateau pour le découpage des liners, que l'on effectuait à l'époque à la main.

Puis, en 1999, j'ai effectué mon stage de fin d'études chez Hydro Com (aujourd'hui Hydro Sud Direct), la cellule d'animation du réseau qui venait d'enregistrer ses premiers adhérents. Et je n'en suis plus repartie !

Par commodité ?

E.C : C'est sûr que j'ai eu la chance d'avoir l'opportunité d'intégrer l'entreprise familiale. Mais rester chez Hydro Sud n'a pas été un choix par défaut ou par facilité. Je dirais que cela a été une évidence.

Quel était votre rôle principal ces dernières années ?

E.C : Mon père et moi formons un binôme complémentaire. Nous élaborons ensemble la stratégie du réseau, puis nous intervenons chacun dans nos domaines de prédilection. J'ai coutume de dire qu'il a un rôle tourné vers l'extérieur, en relation avec les adhérents, les fournisseurs, les prospects, et moi, un rôle tourné vers l'intérieur de la société, m'occupant de la gestion, du management des équipes, de la communication, du marketing et du web.

Pouvez-vous nous présenter Delphine Grosso ?

E.C : Nous avons recruté Delphine à une époque clé de la vie du réseau. Nous étions en forte croissance et il était nécessaire de s'entourer de collaborateurs ayant une réelle expertise dans différents domaines. Nous avons alors créé de nouveaux postes, dont celui de Delphine, Responsable marketing. Elle fait partie des collaborateurs majeurs de l'entreprise, qui compte aujourd'hui 18 personnes aux services des adhérents.

Cellule d'animation du réseau Hydro Sud Direct

Delphine GROSSO

Delphine Grosso : En effet, à cette période, le nombre croissant d'adhérents impliquait une organisation plus structurée en interne. Les nouvelles recrues ont permis d'apporter un regard extérieur. Comme nous le demandaient Emma et Philippe, nous avons pu apporter une vision nouvelle des attentes du marché, des adhérents et des méthodes de travail.

13e Salon d'Enseignes Hydro Sud Direct qui s'est déroulé le 28 octobre dernier au Palais des Congrès de Bordeaux Lac.

Si vous nous parliez du 1er magasin Hydro Sud, son histoire, son fondateur ? Que faisait Philippe Remonato au départ ?

E.C : À l'origine, Hydro Sud était une société d'irrigation spécialisée dans le forage, le pompage et l'arrosage pour les particuliers et les collectivités. Philippe Remonato a très vite senti qu'il y avait une demande pour la piscine. Il a donc diversifié ses activités, en autodidacte, et s'est tourné peu à peu vers la piscine.

Comme constructeur, distributeur ?

E.C : Ses équipes techniques lui ont permis de proposer, dès le départ, tous les travaux de construction et d'installation liés à la piscine. En parallèle, il a développé une activité de distribution en matériel de piscine, en se servant du point de vente créé en 1983, à la création de l'entreprise.

Comment est née l'idée du réseau ?

E.C : À l'époque, le réseau n'existait pas. Sa création ne s'est faite qu'en 1998. Pour développer l'activité de distribution notamment, mon père a commencé assez rapidement à communiquer par le biais de catalogues, supports qui existent toujours dans nos magasins. Il communiquait ainsi sur sa zone de chalandise et même au-delà. Un jour, il a été approché par un confrère de Charente, Daniel Nouhaud, Dirigeant du magasin SOATEC à Angoulême, qui l'a informé du fait que très souvent des clients venaient chez lui avec son catalogue à la main !

Catalogue 2017 Hydro Sud Direct

Conscient que beaucoup de clients lui échappaient, il voulait savoir de quelle façon disposer de ce catalogue pour créer une dynamique.

Dans la tête de mon père, l'idée a fait son chemin... Très rapidement, avec son conseiller juridique, il a réfléchi au moyen de mettre en commun des savoir-faire, des ressources, tout en restant indépendant. Après un an de travail, le projet a abouti sur le contrat de licence de marque Hydro Sud Direct.

...Philippe Remonato nous rejoint...

Philippe REMONATO

Philippe Remonato, en 1999, vous songiez déjà à exporter votre concept ?

Philippe Remonato : Pas vraiment. En fait, c'est grâce à une rencontre qu'une première implantation s'est faite en Belgique. J'avais parlé à un piscinier belge de mon projet de réseau. Il a tout de suite été intéressé ! Il fut notre premier adhérent en Belgique. Aujourd'hui nous comptons 4 adhérents belges. En ce qui concerne l'Espagne, la 1re implantation date de 2002, avec un magasin situé à Denia, près d'Alicante, géré par un piscinier français, installé sur place. Aujourd'hui le réseau en Espagne compte 53 points de vente.

Combien de magasins à cette époque ?

P.R : En 2001, nous devions être 7 magasins dans le réseau, développé uniquement par le bouche-à-oreille. C'est l'originalité de cette philosophie du réseau qui a suscité un tel intérêt, car nous étions les seuls à proposer un contrat de licence de marque et à laisser la liberté aux entrepreneurs de prendre des décisions pour le bien de leur société. C'était assez original à l'époque. Notre concept se voulait novateur : s'unir pour être plus forts, mais, tout en conservant une liberté d'action totale.

E.C : Les bases du concept ont également été déterminantes. Celui-ci proposait et propose toujours aux adhérents un modèle économique qui repose sur la construction/le service mais aussi sur la distribution de produits. Nous étions, je pense, précurseurs dans cette double activité, qui a permis à beaucoup de nos adhérents des premières années de se diversifier.

www.piscines-hydrosud.fr

En 2008, vous présentiez le e-commerce à vos adhérents. Comment l'ont-ils perçu ?

E.C : Dans le domaine du web, nous avons été pionniers dans l'univers des réseaux de pisciniers. Quand nous avons présenté le projet à nos adhérents, il y a eu forcément des réticences. Même si la majorité a de suite adhéré au projet, il a fallu faire preuve de pédagogie pour convaincre les plus réfractaires. De la même façon que nous fournissions à nos adhérents un catalogue clé en main, ce site a été conçu de façon à offrir un outil de communication facile à utiliser par nos adhérents, sans que cela n'entrave leur quotidien.

Entretien avec… Emmanuelle COLLIN
Dirigeante d'Hydro Sud Direct

D.G : L'image d'internet c'était à l'époque le hard discount. Certains se sont dit « ce n'est pas pour nous…

E.C : …C'est certain ! Mais nous avons l'habitude de la crainte du changement ! Nous avons eu les mêmes réactions dans les années 2000, quand nous avons soumis l'idée d'introduire des piscines hors sol au catalogue. Nous entendions le même argument : « on est des pros et les pros ne vendent pas de piscines hors sol ! Encore une fois, la pédagogie fait partie de notre rôle d'animateur du réseau !

Quelle est votre stratégie sur le net ?

E.C : Le site a été conçu avec deux objectifs : permettre aux points de vente de promouvoir leur offre produits sur internet, mais aussi avoir une vitrine de leur société sur le web, visible 24/24h et 7/7j par les internautes. Le site doit permettre de générer des ventes en ligne et de créer du trafic en magasin.

À court terme, nous souhaitons qu'internet s'inscrive dans une vraie stratégie cross-canal au sein du réseau, dans l'intérêt des points de vente. Les outils existent, à nous de continuer à faire évoluer les mentalités. Il faut être dans l'air du temps, coller au plus près des attentes des consommateurs.

Produits Marques De Distributeurs

Pouvez-vous nous parler de la stratégie MDD du réseau ?

E.C : Les magasins Hydro Sud ont toujours proposé des produits « labellisés » au nom du réseau.

En 2003, nous avons entrepris de « dépoussiérer » notre stratégie MDD (Marques De Distributeurs). Les différents niveaux de gamme ont bien été déterminés, les noms des marques revisités et le design totalement réinventé.

Notre objectif est de fédérer au maximum nos adhérents autour de ces marques et leur permettre de se défendre au mieux face à la concurrence. Mais c'est aussi de répondre aux attentes des clients qui, suivant leur profil, vont pouvoir se tourner vers notre entrée de gamme (SUNNY PRICE), notre cœur de gamme (LABEL HYDRO SUD) ou notre gamme premium (ELITE HYDRO SUD).

D.G : Avec SUNNY PRICE, la promesse est de rendre la piscine accessible à tous, notamment par rapport aux évolutions du marché (les comportements, les terrains et les bassins de plus en plus petits, les primo-accédants ou les locataires souhaitant accéder au marché de la piscine sans budget immédiat...). Dans cette gamme, on retrouve les essentiels de la piscine avec des garanties, à prix mini. Ce ne sont pas des produits discounts.

Nous voici en 2017 et il nous faut aborder le volet de la transmission. Qu'en est-il ?

E.C : Au 1er janvier 2017, j'ai cédé 100 % du capital d'Hydro Sud à Jérôme Teisseire, Président du Groupe Holding BricoDeal.

Quand nous nous sommes rencontrés, il y a 18 mois environ, je n'avais pas pour projet de vendre l'entreprise. Le profil de Holding BricoDeal, une société familiale, dont le siège est basé à Le Haillan en Gironde, est assez similaire à celui de notre entreprise.

J'ai compris que l'adossement au Groupe pouvait permettre au réseau d'avancer et j'ai pris la décision de céder l'entreprise, tout en continuant l'aventure Hydro Sud, puisque je reste dans l'entreprise au poste de Directrice Opérationnelle.

Une nouvelle phase de développement pour Hydro Sud ?

E.C : Oui, et point positif pour Hydro Sud, toute l'équipe reste en place. Tous les fondements et valeurs du réseau restent les mêmes. Pour ma part, je serai la garante du maintien de ces valeurs. Comme avant, le travail de l'équipe de la cellule sera de placer l'adhérent au cœur des projets.

EAU & TECHNIQUE 82 - Réseau Hydro Sud Direct

Créé en 1983 par Daniel et Mireille GUILLOUF, le Comptoir Hydraulique Montalbanais était à l'origine un petit magasin de 80 m², qui proposait du matériel d'arrosage et d'irrigation et, dans une moindre mesure, de piscine.

Bertrand (le fils), Mireille (la maman),Daniel (le papa), Aurélie (la fille) et Jean-Charles (le gendre).

Aurélie, Bertrand et Jean-Charles (respectivement, enfants et gendre des fondateurs) s'expriment sur le réseau :

« En 1997, l'activité a pris un tournant décisif, avec l'ouverture d'un magasin d'environ 500 m², sous l'enseigne 'EAU & TECHNIQUE 82'.

Parallèlement (en 1998), l'entreprise a adhéré au réseau de pisciniers Hydro Sud Direct et vu son C.A multiplié par 10, dès la 1re année.

Entre 2001 et 2002, nous avons intégré successivement l'entreprise, pour en prendre officiellement la direction en 2011, au départ de nos parents.

En fait, nos parents ont adhéré au réseau Hydro Sud Direct pour la liberté qu'il garantit au niveau des fournisseurs, pour les supports fournis en marketing, juridique..., les conseils apportés, la communication, la disponibilité... À présent, le réseau, ce sont des liens, des amis… C'est la 'famille du travail' précise Aurélie. »

groupement@hydrosud-direct.com / www.hydrosud-direct.com

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
groupement@hydrosud-direct.com
www.hydrosud-direct.com

Sur le Salon Piscine Global, Dom Composit fêtait ses 30 ans

Pascal Gonichon, PDG de Dom Composit, entouré de son fils Julien, de leur équipe et de ses fidèles clients et amis, se remémorait ses 30 années passées :
« J'ai créé l'entreprise en 1985, avec la ferme intention de développer une activité propre à l'entreprise et de ne pas faire de la sous-traitance industrielle. Le hasard a fait que nous sommes arrivés dans le secteur de la Piscine en 1989. Nous avons lancé notre premier escalier à la fin de l'année 1989. Les choses ont évolué très vite. À un moment donné, nous fabriquions 2 000 escaliers par an, il nous fallait donc trouver une solution industrielle. C'est ce qui nous a orientés vers l'acrylique.
Ce qui est surprenant, c'est que quand je me retourne et que je réalise que cela fait 30 ans que nous avons démarré, j'ai l'impression que c'était hier. Et je réalise alors qu'il me reste beaucoup de choses à faire. »

Durant le cocktail jeudi 17 novembre 2016 au soir

Pascal Gonichon, quel bilan de ces 30 années ?

Notre société a connu une belle progression avec :
- le développement de la gamme piscine, une coque avec revêtement acrylique unique sur le marché ;
- le maintien de nos escaliers en complément d'un bassin,
- la création et le développement des escaliers sous liner et membrane armée,
- la création et le développement des mini piscines (Mini Pool et Pretty Pool).

Les divers escaliers Dom Composit

Sur le Salon, nous avons observé un grand choix pour vos escaliers sous revêtement souple.

Effectivement, la demande dans ce domaine est très forte. Nous avons donc créé diverses formes et dimensions, pour répondre aux besoins des constructeurs.
C'est un succès et je m'en réjouis.

Dans le domaine des mini piscines, vous avez développé 2 solutions : Mini Pool et Pretty Pool. Qu'en est-il ?

C'est un marché en plein développement.
- **La Mini Pool**, intéressante en prix, présente 2 dimensions : 4,25 m x 2,15 m, hauteur 1,30 m et 6 m x 2,15 m, hauteur 1,30 m. Elle dispose d'un bloc filtrant à cartouche (+ 1 turbo brasseur) ou d'un filtre à sable déporté.
- **La Pretty Pool** est un compromis entre la piscine et le spa. Cet espace aquatique, original par sa conception et ses équipements, est de plus en plus plébiscité. Cette mini piscine a un avenir prometteur. La Pretty 4 (moins de 10 m²) ne nécessite aucune déclaration administrative. Sa faible consommation d'eau et d'électricité est appréciée.

Comme toutes les fabrications Dom Composit, elle présente une finition acrylique, agréable au toucher et d'une résistance incomparable. L'ensemble des équipements est intégralement monté et testé en usine.
Comme pour la Mini Pool, après 3 jours de chantier, la piscine est en eau chez le client.

La Pretty Pool

Quel est votre bilan de ce Salon professionnel ?

Ce fut un excellent salon, générant beaucoup de contacts positifs pour les piscines exposées, les escaliers, les mini piscines. Lors de ce cocktail, célébrant nos 30 ans, j'ai ressenti un réel intérêt pour ma société et ses productions de la part des constructeurs.

info@domcomposit.com / www.domcomposit.com

ALUKOV France à votre rencontre

Depuis 22 ans, le fabricant tchèque, réputé pour ses innovations, est sans conteste l'un des leaders du marché européen de l'abri. Suite à un très bon salon de Lyon ponctué de nombreuses rencontres avec des professionnels de l'hexagone, ALUKOV France a entrepris un tour de France afin de présenter ses produits et de concrétiser des partenariats avec les entreprises intéressées.

Foued TOUMOUN *(Gérant d'Alukov France)*
et Anthony LABALME *(Chef des ventes / relation clientèle)*
au salon de Lyon

Foued Toumoun, gérant d'Alukov France : *« Suite à l'ouverture de notre antenne française, notre souhait est d'étendre la distribution et la vente des abris de piscines et de spas Alukov en France, par le biais de concessionnaires et de revendeurs sélectionnés. De nombreux secteurs sont disponibles. Si vous le souhaitez, vous pouvez prendre vous-aussi rendez-vous avec l'un de nos conseillers. »*

info@alukovfrance.fr / www.alukovfrance.fr

Coup d'envoi pour la marque POPPSI !

Jérôme ROUSSELIN et Pascal GUILBAUD

POPPSI est née de la rencontre entre deux Français issus du monde de l'entreprise et partageant une envie commune, celle de rendre les produits de traitement de piscine plus visibles, plus faciles à l'usage, plus attrayants, tout en restants très qualitatifs.
Leur idée est donc de créer une nouvelle génération de produits piscines (voir page 45), en associant leurs recherches avec une entreprise, concepteur et fabricant de pigments naturels pour colorer les produits, et travailler sur l'odeur de fraîcheur remplaçant celle du chlore dans les produits. Après certification par un laboratoire, puis l'étape du prototypage, POPPSI DISTRIBUTION voit le jour en ce début d'année 2017 et les produits seront commercialisés dès le mois d'avril. L'entreprise est établie 10, route des Macarons WTC2 Sophia Antipolis à Valbonne (06560).

info@poppsi.fr / www.poppsi.fr

MELSPRING fêtait ses 80 ans à Lyon

MELSPRING produit et commercialise dans 27 pays une gamme complète de produits chimiques pour la piscine, sous les marques Melpool, POOL POWER et JardiPOOL.
L'entreprise, existant depuis 80 ans, est une émanation de la société hollandaise Melchemie, l'un des leaders européens en produits de traitements de la piscine. Elle distribue depuis 50 ans Nippon Soda (hypochlorite de calcium de haute qualité) et Nissan Chemical (chlorocyanuriques).
La société revient sur le marché français, par le biais de l'acquisition de Watercherm, à Perpignan.
Melspring SAS fait partie du groupe français OLMIX, basé en Bretagne et dirigé par Jean-Marie Bocher.
En France, c'est Jean-Pierre Lopez qui assure la direction générale Pool Care de Melspring SAS*.

Jean-Marie BOCHER
D.G. Melspring International

***Jean-Pierre LOPEZ** (France)*
*et **Thierry BIEKENS** (Pays-Bas)*

Lors du Salon Piscine Global à Lyon, le mercredi 16 novembre, Melspring célébrait l'anniversaire de ses 80 ans à l'Abbaye de Collonges (Paul Bocuse).

Plus de 100 personnes étaient présentes, représentant des professionnels de toute l'Europe, voire au-delà, comme notamment les Japonais fournisseurs de très longue date de l'entreprise en hypochlorite et chlorocyanurique. Nous y avons également rencontré Thierry Biekens, qui œuvre depuis 30 ans chez Melspring, aux Pays-Bas.

Ce fut une magnifique soirée, où responsables et convives se sont mêlés dans un accueil chaleureux.

**Melspring SAS : 300 rue Georges Latil Polygone Nord 66000 Perpignan Tél. 04 68 51 60 95.*

Produits Melpool

Melclorite, granulés d'hypochlorite de calcium. Formule à concentration exceptionnelle (+ de 70 %), sécurité maximale (stockage, transport, utilisation)

POOL POWER
chlore choc pastilles 20 gr

Produits JardiPOOL (pour jardineries)

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

Les 4 vendeurs gagnants du premier Challenge Alliance d'Hayward

Hayward a lancé son premier Challenge auprès de ses revendeurs Alliance, sur la période de mars à juillet 2016. Cette première édition fut une vraie réussite, couronnée par la remise des prix lors du salon Piscine Global à Lyon en novembre. A l'issue du challenge, la grande gagnante a remporté un voyage sur-mesure, pour la destination de son choix !

Pour les revendeurs du réseau Alliance, il s'agissait de cumuler un maximum de points sur une sélection de produits vendus, sur la période déterminée.
Les 4 meilleurs vendeurs ont été récompensés sur le stand Hayward du salon lyonnais, recevant des chèques-cadeaux ! Après ce succès, le challenge sera reconduit pour la saison 2017.

Franck LEONELLI (Lyon Est Piscines) et Sophie et Floriane GOURMANEL (Bien-Être & Piscines Gourmanel)

MR Piscines reçoit le 4e Prix des mains de Claire POINT (Directrice marketing d'Hayward)

Les gagnants sont :

1 - Bien-Être & Piscines Gourmanel
2 - Lyon Est Piscines
3 - Rêve de Piscine et Spa
4 - MR Piscines

contact@hayward.fr / www.hayward.fr

Les 5 ateliers PROCOPI sur l'espace PISCINE WATER TESTS à Lyon

Sur le salon Piscine Global, l'espace Piscine Water Tests a été le théâtre d'ateliers animés par des spécialistes de chez PROCOPI. Ces démonstrations visaient à faire découvrir aux visiteurs professionnels des solutions efficaces pour se démarquer de la concurrence et renforcer leur image et leur expertise, afin de tirer profit de leur dimension de professionnel et dynamiser ainsi leurs ventes.

Eric GUIMBERT

Eric Guimbert, Directeur du Pôle Technique de PROCOPI, nous en restitue la présentation générale.
« Sur l'espace d'animation Piscine Water Tests, nous avons souhaité proposer 5 ateliers différents, dont un atelier central exposant une piscine en eau et en fonctionnement, équipée d'un système de nettoyage intégré par le fond. Ce procédé existe depuis longtemps, mais est peu vendu en France.»

- Les deux premiers ateliers sont animés par **Sylvain GAUTHIER, Ingénieur Hydraulique,** en charge de valoriser l'optimisation hydraulique des pompes de filtration et la réduction des pertes de charge.
- **Le 1er de ces deux ateliers** présente un **banc d'essai comparatif entre la nouvelle pompe Eurostar HF et une pompe Eurostar II.** Ce banc d'essai met en lumière notamment les économies d'énergie réalisables grâce à la conception hydraulique propre à la gamme Eurostar HF. Il simule la résistance des circuits hydrauliques de piscine et mesure le débit et la hauteur manométrique de la pompe, ainsi que la puissance électrique consommée. On en déduit ainsi le coût annuel de filtration pour toute taille de bassin. Pour un même débit brassé (quelles que soient les pertes de charge du circuit), l'Eurostar HF consomme moins d'électricité que l'Eurostar II, avec, à la clé, d'importantes réductions de coût d'utilisation.

Sylvain GAUTHIER - Ingénieur Hydraulique chez PROCOPI

- **Sur le 2e atelier, un banc d'essai d'optimisation hydraulique** porte sur le groupe de filtration. L'idée est de présenter la différence de consommation électrique entre une hydraulique optimisée et une hydraulique non optimisée. Ce banc est composé de deux groupes de filtration, destinés à des bassins d'environ 45 m³ :
  - Un groupe de filtration standard (tuyauterie de diamètre 50 mm, coudes à petit rayon, filtre RTM CS, vanne multivoies 1,5"…)
  - Un groupe hydrauliquement optimisé (tuyauterie de diamètre 63 mm, coudes à grand rayon, filtre RTM HF, vanne multivoies 2"…)

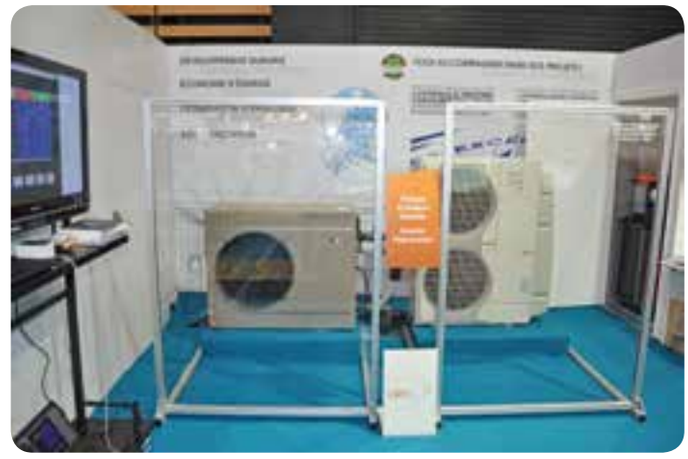
Le groupe de filtration optimisé présente une moindre résistance hydraulique, ce qui réduit les pertes de charge : on peut ainsi le doter d'une pompe plus petite que sur le groupe de filtration non optimisé, en conservant le même débit. Ainsi, une Eurostar 50M affichera le même débit qu'une Eurostar 100M, mais en consommant beaucoup moins d'énergie.

Atelier Pompes

Atelier Groupe de filtration

Résultats : d'importantes économies d'énergie, puisqu'une Eurostar 50 se contente de 600 W quand une Eurostar 100 en consomme 950. Le constat est flagrant !

- **Sur le 3e atelier** est installé un **banc d'essai comparatif de pompes à chaleur** (classique et Inverter), animé par **Morgan LEFEUVRE, Ingénieur en Électromécanique**. Cet atelier a pour but de montrer la différence de performances entre une PAC tout-ou-rien et une PAC Inverter, ainsi que la différence sonore entre les 2 (très faible niveau sonore en basse vitesse pour la PAC Inverter).



Atelier Pompes à chaleur

Le banc d'essai est donc équipé de deux pompes à chaleur : **une PAC Climexel Power Inverter et une PAC classique « tout ou rien ».** Chacune est équipée d'une mesure de consommation électrique, ainsi que de capteurs de températures et de débit, qui calculent la quantité d'énergie apportée à l'eau. L'automate du banc d'essai établit ainsi le coefficient de performance des pompes et offre une comparaison objective des deux types d'appareil.

Résultats : le banc démontre les performances exceptionnelles des PAC Climexel et la supériorité de la technologie Power Inverter, développée par Mitsubishi Electrics. La pompe à chaleur Inverter est quasiment inaudible.

- Sur le **4e atelier, Yvan L'HÔTELLIER, Responsable technique BE**, présente le **système de nettoyage intégré VANQUISH**. Un atelier « torture-test » du système de nettoyage en direct, qu'il ne fallait pas manquer ! Les techniciens de Procopi polluent délibérément un bassin de 6 m x 3 m équipé de Vanquish. L'efficacité est saisissante ! Les trois avantages majeurs du procédé :
  - Nettoyage automatique du bassin tout entier, sans robot ni intervention humaine ;
  - Meilleure diffusion des produits de traitement, et désinfection impeccable ;
  - Meilleure homogénéité de la température de l'eau.

Le local technique est visible sur l'atelier et présente l'installation hydraulique d'une piscine équipée de ce dispositif.

- Enfin, **la partie Traitement de l'Eau** est animée sur le **5e atelier** par **Fanny HOURLIER, Docteur en Génie des procédés**. Elle y présente nos appareils de traitement de l'eau et leurs installations, ainsi que les formations que Procopi propose pour accompagner les clients dans ces installations de matériels parfois délicats à intégrer.

Atelier Traitement de l'Eau

marketing@procopi.com / www.procopi.com

LA PAROLE À STÉPHANE DEBERNARDI

Responsable de Debernardi Piscines, sur les sels pour piscines

Publi Info

Stéphane DEBERNARDI

Quels sont pour vous les avantages d'une piscine par électrolyse au sel par rapport aux galets de chlore ?

Il y a 3 avantages principaux :

- **L'autonomie,** puisqu'avec l'électrolyse, il n'est pas nécessaire de remettre des galets toutes les semaines comme pour les piscines au chlore.
- **Le confort de baignade :** comparativement aux piscines au chlore, les yeux ne piquent pas, le taux de chlore est très amoindri donc plus confortable et tout à fait acceptable.
- **L'aspect financier :** ce produit est plus économique. Certes, le traitement au sel nécessite au départ l'achat d'un équipement. Mais en terme de coût de consommation dans le temps, le sel reste bien moins cher que le chlore et donc plus économique.

Quel est votre produit phare en sel pour piscine ?

Pour nous c'est **l'AquaSwim Acti+**. C'est un produit phare car il n'est pas diffusé en grande distribution.
C'est un produit qui n'est pas un simple sel mais **une réelle formule proposant un "tout en 1".**
C'est un produit qui va incorporer un **anti-calcaire**. Donc quand on fait de l'électrolyse, en particulier dans notre région, c'est indispensable. Nous sommes soumis à des taux de calcaire très élevés.
C'est un produit qui est différent de ce que l'on trouve dans le reste du commerce.
C'est aussi un **anti-corrosion**. C'est important lorsque l'on est sur un taux de 4 à 6 grammes de sel qu'il y ait un anti-corrosion. Le matériel pour piscine, lui, est fait pour le sel. En revanche, l'environnement de la piscine, tel que les transats, les baies coulissantes autour des piscines, le sont beaucoup moins.

Sur la fonction stabilisant prédosé, le gros avantage c'est d'être très peu dosé. Cela évite l'évaporation et permet de contenir des taux de chlore qui sont tout à fait agréables mais corrects (0.7 à 1ppm de chlore, ce qui ne gêne pas le baigneur).
Cela fait 4 ans que je ne vends que l'AquaSwim Acti+. Nous avons hésité à passer l'intégralité de notre gamme en AquaSwim Acti+, mais c'est un réel plus en terme de marge.

Pourquoi faut il utiliser un sel spécifique pour piscine ?

Parce qu'il répond aux normes alimentaires et qu'il élimine les risques de surdosage grâce à son stabilisant. Il améliore la longévité des appareils. La norme pour piscine EN 16 401 garantit également l'absence de substances néfastes comme le fer, le manganèse et le cuivre. Des fabricants d'électrolyseurs recommandent d'ailleurs ce sel, c'est donc **conforme aux recommandations de nos fournisseurs**. L'absence de ces substances et d'antimottant assure de ne pas tâcher son liner contrairement à certains types de sels ne garantissant pas l'absence de ces impuretés.

EN 16401 qualité A

Est-ce que vos clients sont sensibles aux produits Origine France Garantie ?

Oui bien-sûr, complètement ! Plutôt que d'acheter un sel espagnol ou italien, c'est un point qui est très important. Ce n'est pas un sel dans lequel on ne sait pas ce qu'il y a. C'est un sel qui est vraiment de qualité et qui est fabriqué par un grand nom du sel et l'Origine France Garantie est très rassurante pour nous. Et on assure de transmettre à nos consommateurs un produit de qualité «Made in France».

ORIGINE FRANCE GARANTIE
BVCert. 6181559

aqua@salins.com / www.piscine.experts-eau.com

WOOD ouvre son usine de liners

Spécialisée depuis plus de 20 ans dans la fabrication de couvertures automatiques de sécurité pour piscines, WOOD ajoute une nouvelle corde à son arc, avec la maîtrise de l'étanchéité des bassins.

Afin de fournir aux professionnels une offre totalement maîtrisée de ses produits, l'entreprise s'est dotée d'une unité de production de 4 000 m², à Saint-Jean-d'Illac (33), près de Bordeaux, dans laquelle les outils les plus modernes ont été installés (machine de coupe automatique avec

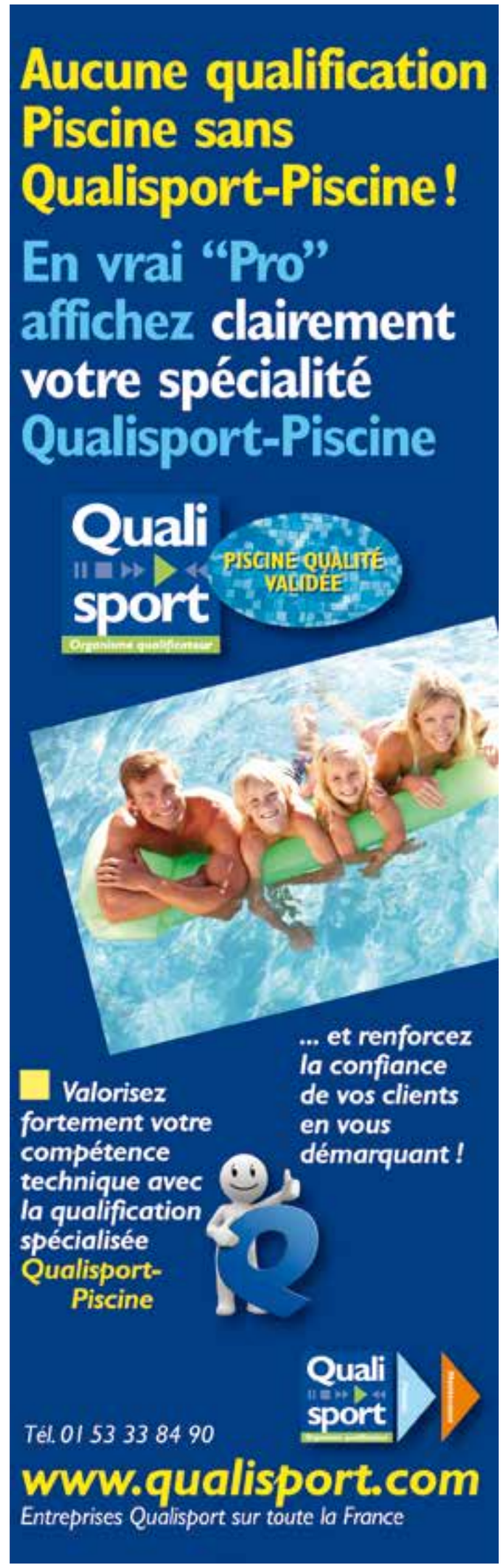
Nouvelle unité de production à Saint-Jean-d'Illac (33)

Machines liners

dévidoir, soudeuse, portique, assembleuse,...)
Ce nouvel outil de travail lui permet de proposer également une bâche à barres, une offre de protections d'hivernage (filet, bâche et écran de protection), ainsi que de diffuser sa gamme de revêtement PVC armé 150/100e, TITAN.
Carole et l'équipe technique, riches de plusieurs années d'expérience, accueillent dès à présent tous les clients et leurs projets, œuvrant dans la même proximité que pour les gammes de couvertures automatiques.

liner@wood.fr / www.wood.fr

Retrouvez
toute l'**ACTUALITÉ**
de la profession
TOUS LES JOURS
sur eurospapoolnews.com



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

Jean-Luc REDOUX dirige POOL UP CONCEPT, société créée en 2013 et basée à Montpellier (34). Après avoir créé un abri pour spa en 2014, il développe un abri de chantier qu'il commercialise fin 2015, deux produits qui font l'objet de dépôts de brevets. Il nous parle de son produit phare, POOL UP, l'abri de chantier pour travailler autrement.

Jean-Luc REDOUX

Comment êtes-vous arrivé dans l'univers de la piscine ?

J'ai vendu mes anciennes activités il y a une dizaine d'années. Je suis alors parti 10 ans à l'étranger, et, à mon retour, j'ai réfléchi au développement de concepts qui soient originaux. Mon souhait était de me focaliser sur des produits novateurs. À l'époque, pour des besoins personnels, j'étais en quête d'un abri de spa. J'ai découvert que bien souvent, l'abri coûtait une fois et demie le prix du spa lui-même, et qu'en outre, il était nécessaire d'obtenir une autorisation pour l'installer. Cette autorisation se révélait d'ailleurs être souvent un frein à l'achat instinctif des consommateurs, empêchant la vente en R1.

De plus, les produits existants ne m'apportaient pas satisfaction en termes d'isolation, car je souhaitais bénéficier d'un abri en hiver et à l'intersaison, mais retrouver mon environnement initial en été, sans abri.

Nous avons donc décidé de développer un abri qui permette d'ôter toutes ces contraintes : un abri gonflable et dégonflable rapidement, sans autorisation préalable, garantissant une isolation intérieure, sans condensation, et pour finir, à un prix abordable.

L'atout de ce nouveau produit réside également dans la stratégie commerciale qu'il permet :

le revendeur peut ainsi offrir un abri, au lieu de proposer une remise sur le spa ! C'est en ce sens que nous l'avons développé, en tant que véritable outil de vente destiné aux vendeurs et importateurs de spas, et non comme un produit vendu séparément. Il s'agit d'un package !

À ce stade du développement, nous avons participé au Salon de la Piscine à Lyon en 2014. Des pisciniers sont venus nous voir nous expliquant qu'ils avaient besoin d'un tel abri sur leurs chantiers, pour pouvoir travailler tranquillement, abrités en toute saison.

Sur ce, nous nous sommes rendu à l'évidence : notre abri ne répondait pas à ce type de contraintes. Un abri de chantier est monté et démonté fréquemment, perdant au fil du temps en étanchéité.

Nous avons donc développé avec l'aide de pisciniers, un autre concept d'abri, avec un nouveau cahier des charges satisfaisant aux exigences de l'abri de chantier idéal.

Comment se nomme cet abri et quelles sont ses caractéristiques ?

« POOL UP, l'abri de chantier ».

Il nous fallait travailler sur un produit qui puisse être installé rapidement, en 15 à 30 minutes, afin de satisfaire les pisciniers. Certains abris de chantier nécessitent 2 heures, voire plus, pour être monté, ce qui est beaucoup trop long et dissuade souvent les professionnels !

L'abri devait répondre également à d'autres critères : être isolé, facilement transportable, un minimum esthétique, lumineux pour permettre de travailler confortablement dessous, et d'un prix n'excédant pas 150 euros par mois en amortissement ou en LOA (130 euros environ par mois). Enfin, dernier critère, et non des moindres, il devait être **ajustable en dimensions, grâce à un système de sangles réglables.**

Pool Up tient dans un coffre de Golf

Vous le proposez dans plusieurs dimensions ?

Nous proposons 2 produits majeurs, sachant que le sur-mesure est possible également.

Le premier modèle répond à 80 % des piscines (8 x 4 m), avec des dimensions adaptées, de 9 x 5 m, pouvant être réduites à 6 m grâce au système de sangles. Une extension est aussi envisageable, par l'ajout d'une bâche de 3 m.

Le second modèle mesure 7 m de large et 12 m de long, conçu pour des bassins de10 x 5 m, 12 x 6 m, etc.

Ainsi avec 2 modèles, nous parvenons à couvrir 90 % du marché de piscines existant.

Il faut bien comprendre que le marché de l'abri de chantier était pénalisé au départ par les délais de mise en place, dissuadant les pisciniers quant à l'intérêt de l'installer.

Mais, notre démarche est de proposer un abri de chantier qui, quelle que soit la météo, se met en place rapidement,

Pool Up l'abri de chantier

donc, sans hésitation, ni calcul de rentabilité, de temps perdu, etc.

Effectivement s'il y a du mauvais temps il présente un grand intérêt, mais en cas de plein soleil ?

L'abri est isolant grâce à sa couche d'air. Il ne provoque pas d'effet de serre comme un abri de piscine. Dessous, le professionnel profite de la luminosité tout en étant isolé de la chaleur des rayons du soleil.
Dans certaines régions, sans abri, les pisciniers doivent décaler leurs chantiers jusqu'à 6 mois par an, ce qui génère de nombreux conflits avec les clients.
La plupart du temps, ils réalisent la fouille, quand ils le peuvent, en janvier ou février, et terminent la piscine en mai ou juin, les chantiers étant sans cesse décalés. Donc entre janvier et juin, ils n'encaissent pas de chiffre d'affaires !
Avec notre abri de chantier Pool Up, nous les aidons à changer leur manière de travailler. Immédiatement après la fouille, ils peuvent enchaîner leur chantier, sous abri, livrer la piscine au client et se faire payer ! Cela change tout !
S'ils ont 2 équipes, il leur faut 2 abris, parce que s'il pleut, il pleut pour tout le monde en même temps !
Nous avons donc conçu un produit original, à un coût très raisonnable pour le professionnel, lui permettant de travailler sur une période doublée, sans être dépendant de la météo ! Sachant que, même s'il fait beau, l'abri ne nécessite que 10 mn pour être monté/démonté.
Jusqu'à présent, l'abri de chantier était perçu comme un outil lié directement aux intempéries, alors que notre démarche est d'en faire **un outil de production à utiliser en permanence**.
Le plus beau des témoignages est pour moi celui du professionnel qui m'envoyait un mail le 31 juillet, me disant : ***« Cela fait 25 ans que je travaille dans la piscine, et pour la première fois, cette année, le 31 juillet j'ai terminé tous mes chantiers ! Un grand merci ! »***.

Quels matériaux utilisez-vous ?

Il s'agit ni plus ni moins que des mêmes matériaux que pour le K-Way, du nylon enduit de PVC. C'est un matériau très souple, résistant, qui peut subir montages et démontages maintes fois sans s'abîmer. De plus, l'abri, bien qu'imperméable à la pluie, n'a pas besoin d'être étanche en intérieur puisqu'il est alimenté en permanence en air.

Comment est-il chauffé ?

Le chauffage est indépendant, par canon à air intérieur.

Est-il fourni avec ?

Cela dépend des opérations de promotions.

Qu'en est-il de la résistance à la neige ? Au vent ?

Comme l'abri est arrondi, et comme l'air intérieur est plus chaud qu'à l'extérieur, la neige fond rapidement sans avoir le temps de s'installer.
Pour assurer la résistance au vent, l'abri n'excède pas 1,70 m de hauteur, donc il ne bouge pas, même dans ma région montpelliéraine où le vent peut souffler très fort !

En cas de réparations, comment ça se passe ?

C'est très simple. En cas de problème sur un chantier, il suffit de placer du scotch américain, pour l'esthétique, en attendant la réparation avec une rustine (l'abri est livré avec un kit de réparation).

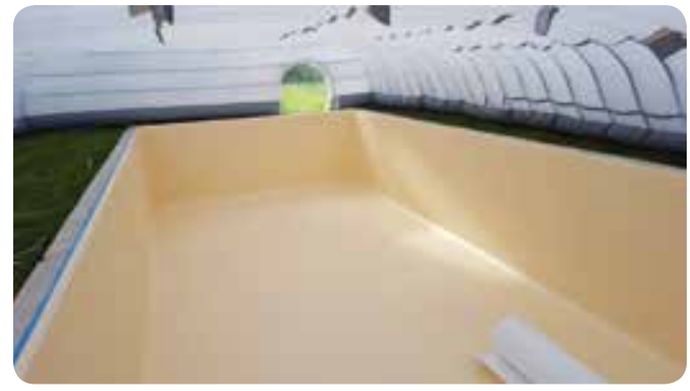
La distribution se fait par quel biais ?

Nous sommes les seuls à distribuer le Pool Up avec une équipe de 9 agents commerciaux salariés. Il s'agit d'un micromarché, dont nous souhaitons conserver la maîtrise. Toutefois, cela diffère selon les pays, en Belgique et en Italie, la distribution est directe, tandis qu'en Espagne et en Allemagne, nous avons des importateurs.

Voir la vidéo

Retrouvez la vidéo du POOL UP, les témoignages des clients et de nombreuses photos en ligne sur www.eurospapoolnews.com

Chantier sous abri Pool Up



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

Poolstar avec Waterflex : tout est dans le blog

Waterflex, fabricant d'équipements d'aquafitness, a choisi pour ambassadrice Lucile Woodward, Coach préférée des français et référence dans le domaine du fitness.

Cette blogueuse annonce être *« très fière de collaborer avec Waterflex, une marque française avec laquelle je partage la même vision du sport et du bien-être. C'est une belle façon de faire passer les bons messages aux pratiquants comme aux professionnels du fitness. Le sport dans l'eau et sur l'eau font travailler de façon douce et efficace, sans risque de blessure ».*

Lucile se prêtant au jeu de notre photographe Pascal Muradian@ pour notre magazine sur le stand Waterflex de Poolstar au salon Piscine Global le jeudi 17 novembre 2016

Particulièrement sensibilisée au fitness pour tous, Lucile a mis au point des programmes, notamment pour les femmes de 18 à 45 ans, pas forcément accros au sport, ni motivées et qui n'ont pas vraiment de temps à y consacrer, mais qui désirent rester en forme.

Avec l'aquafitness, les solutions sont faciles quelle que soit la condition physique des participants et abordables financièrement puisqu'il suffit d'aller à la piscine, dans un club, pour pratiquer.

Les équipements offrent toujours de nouvelles réponses, à tous les problèmes : le **nouveau tapis flottant Aquafitmat** par exemple apporte, en plus des bienfaits d'une activité physique, une amélioration de l'équilibre. Il suffit de gonfler le tapis, de le placer entre 2 lignes d'eau, sans contrainte de profondeur d'eau et le tour est joué.

Comme le précise Lucile, **l'aquafitness c'est se faire du bien, sans se faire du mal !**

contact@poolstar.fr / www.poolstar.fr

Un nouveau guide précieux pour la profession !

Jean-Marc LATREILLE, Fondateur du Groupe PROCOPI, Président de la Chambre au Tribunal de Commerce de Marseille et Membre du Conseil de surveillance du groupe PROCOPI, publie « Le piscinier face au droit de la construction ».

Après 40 ans de vie professionnelle dans le domaine de la Piscine, suivis de près de 10 années au service du Tribunal de Commerce de Marseille en tant que Juge-Commissaire, assisté de Maître Adrien PELON, Avocat au Barreau de Paris, il a voulu mettre cette expérience à profit à travers un livre destiné aux acteurs de la profession, confrontés à une explosion des contentieux les opposant aux propriétaires de piscine.

Son objectif : accompagner le piscinier dans les méandres du droit soumettant la profession à de nombreuses obligations. Au fil des chapitres, le lecteur prend connaissance de toutes les ressources et informations nécessaires pour exercer l'esprit tranquille face à la loi et se prémunir de bien des déconvenues. Si le piscinier y apprend en détail ses devoirs en tant que professionnel, il y découvre également ses droits.

Un guide de 90 pages à se procurer et à conserver durant tout l'exercice de votre profession !

Pour toute question d'ordre juridique, vous pouvez adresser un email à conseil-juridique@procopi.com.

Début novembre, Alain MILHAU nous a quitté !

Créateur de la société Spring Water, il y a plus de 40 ans, Alain MILHAU, après ses études de droit, envisageait une carrière dans le notariat.

Mais, c'est vers l'eau qu'il se dirigea. Il débuta dans les adoucisseurs d'eau, d'où le nom de son entreprise Spring Water (= source d'eau).

L'importation américaine de ce matériel le conduit à s'intéresser également aux équipements de piscine : pompes (marque Premier), filtres, pièces à sceller etc. Spring Water devint rapidement en France une société très connue, avec un important catalogue. Il acheta aux USA des marques comme les pompes Premier, créa une piscine modulaire acier, du matériel, comme les robots Springo+, des filtres à enroulements filamentaires…

Aux USA , après le rachat de l'importante marque des Pompes Premier, location d'un petit train par Spring Water pour assurer la liaison Salon pro et le grand hôtel américain

Implanté à Moussac (près de Nîmes), avec des ateliers et usine à proximité, il fournissait bon nombre de pisciniers et grossistes français et assurait aussi près de 80% de son CA à l'étranger avec des filiales en Espagne, Amérique... dont s'occupait sa fille Caroline.

Spring Water est l'illustration des pionniers de la profession de l'époque (souvent avec des moments difficiles) et ce qu'est devenue aujourd'hui, la force de notre activité piscine française.

Nous adressons à toute la famille d'Alain Milhau et particulièrement sa fille Caroline, nos sincères condoléances.

Guy Mémin

Nouveau Responsable *hth*® pour le secteur Nord-Est

Mathieu MAHAUT

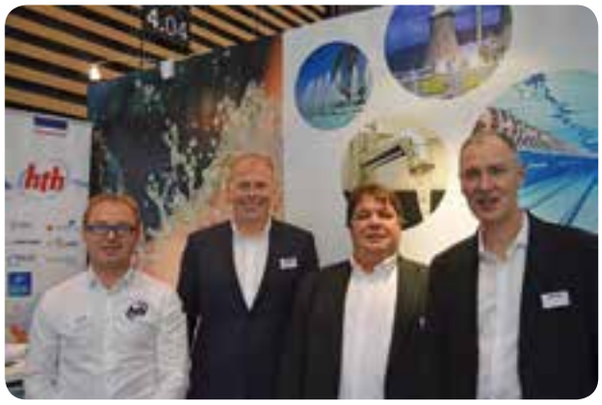
Afin d'assurer le développement commercial de ses produits *hth*® (gamme de produits de traitement de l'eau des piscines et des spas) auprès des revendeurs spécialisés, la société ARCH WATER PRODUCTS France, filiale du groupe suisse LONZA, a confié à **Mathieu MAHAUT la responsabilité du secteur Nord-Est de la France.**

Il rejoint l'équipe commerciale France *hth*®, sous la responsabilité de Pierre BLONDEL, Directeur des Ventes, et travaille en étroite collaboration avec Sabine PONCET, son Assistante Commerciale basée à Amboise (37).

Marketing-Water-Europe@lonza.com
www.hthpiscine.fr

Nouveau Responsable des Partenaires *hth*® (Sud)

Dans le cadre de son développement, l'équipe Lonza dédiée aux piscines municipales et commerciales s'agrandit, avec l'arrivée à Lyon (69) de **Pascal BLIN**. Ce dernier a pris ses fonctions en décembre 2016, sous la responsabilité de Steven GALLAGHER, en charge des relations avec les Partenaires et de la région Sud de la France.



L'équipe commerciale hth® pour les piscines municipales et commerciales.
Stéphane FOUBERT *(Resp. Commercial Centre et Ouest)* – ***Steven GALLAGHER*** *(Resp. des Ventes Senior Europe du Sud)* – ***Eric PACANOWSKI*** *(Resp. Commercial Nord-Est)* – ***Pascal BLIN*** *(Resp. Commercial Région Sud).*

Marketing-Water-Europe@lonza.com
www.hth-pro.com

Retrouvez
toute l'**ACTUALITÉ**
de la profession
TOUS LES JOURS
sur eurospapoolnews.com

Entretien avec… Anthony BODY
Dirigeant d'Extrabat

Patrick SANCHEZ s'est entretenu durant le salon de Lyon avec Anthony BODY, le créateur et Dirigeant d'EXTRABAT, la société qui édite le logiciel EXTRABAT PISCINES, afin de nous présenter son parcours et nous en dire plus sur la situation actuelle de l'entreprise. Le siège de l'entreprise est basé à Poitiers (86), et l'assistance téléphonique à Angoulême (16).

Anthony BODY - EXTRABAT

Patrick SANCHEZ : **Anthony BODY, comment êtes-vous arrivé dans le monde de la piscine ?**

Anthony BODY : Mes débuts dans le milieu de la piscine remontent à 1994, lorsque j'ai intégré une enseigne nationale, Desjoyaux Piscines, en tant que Commercial, pour y découvrir un univers qui m'a tout de suite séduit. En 1998, je suis devenu concessionnaire pour la marque, à Poitiers (86).
En 2001, j'ai racheté la concession de NIORT (79), puis en 2005, celle d'ORLEANS (45). J'avais donc trois points de vente, ce qui représentait une vingtaine de personnes à gérer. C'est à partir de cette situation qu'en 2004, j'ai créé la solution EXTRABAT, pour gérer ces 3 entités, car j'habitais à Angoulême, soit à plus de 100 km des 2 premiers points de vente, et à 300 km du troisième.

Quelle était l'idée de départ de cette création ?

L'objectif principal était de centraliser les informations mises à jour en temps réel. Au fil du temps, nous avons ajouté des fonctionnalités : un agenda partagé, un dossier client, un planning, puis un SAV, un module de contrat d'entretien, une géolocalisation, un logiciel d'e-mailing. Le logiciel commençait à représenter un investissement financier important pour nous, puisque nous sous-traitions auprès d'une entreprise d'informatique. L'ère du numérique s'imposant, ainsi que nos compétences, m'ont convaincu de passer à la vitesse supérieure. J'ai donc vendu mes 3 concessions à mes 3 commerciaux, pour créer ma société d'informatique.

Et vous l'avez lancée en quelle année ?

En décembre 2007. Le véritable élément déclencheur a été pour moi le lancement de l'IPhone. J'ai réalisé que l'avenir informatique était là : un système simple, facile à comprendre et à utiliser pour les gens. Nous avons donc commencé à faire la promotion de notre logiciel. Rapidement, nous nous sommes rendu compte qu'il n'était pas adapté au monde de la piscine, bien que conçu par un piscinier. Les professionnels évoluant dans le monde de la piscine viennent d'univers différents et sont souvent autodidactes, donc chacun avait sa propre façon de fonctionner sur le terrain.

Je l'ai donc réécrit entièrement, tant on était hors sujet. Nous l'avons présenté ensuite à Lyon au salon de la Piscine de 2010, avec l'idée « ça passe ou ça casse définitivement », car l'investissement en temps avait déjà pris 2 ans.

www.piscine.extrabat.com

En 2010, vous aviez déjà un petit portefeuille de clients ?

Oui, environ 15 clients, mais uniquement des amis, qui n'y croyaient pas forcément à l'époque. À Lyon, le stand était plein et nous avons reçu un prix, ainsi que beaucoup d'avis positifs qui nous ont encouragés. Nous avons aussi beaucoup tenu compte des conseils des pisciniers pour l'améliorer encore davantage. Le processus des ventes s'est ensuite déclenché. Nous avons ensuite poursuivi avec le partenariat avec notre premier réseau national, Piscines MAGILINE.

Nous avons présenté le logiciel au réseau entier, avec succès, mais aussi quelques remarques, constructives encore une fois, notamment au sujet de la difficulté de facturation directe à partir du système. Il manquait une partie de gestion commerciale intégrée. Nous avons donc recruté d'autres développeurs, et développé la gestion commerciale durant un an et demi.

C'est donc en 2014 que nous avons lancé la version avec gestion commerciale intégrée, reçue avec un formidable accueil par la profession.
L'assistance téléphonique gérée en interne nous permet de rester proches des professionnels, et d'améliorer certains points avec leur feedback. Nous avons embauché 2 commerciaux supplémentaires, 2 autres développeurs et une personne à l'assistance téléphonique.

Combien êtes-vous dans l'entreprise actuellement ?

Aujourd'hui, nous sommes 13 personnes. Presque toutes les grandes enseignes de la piscine travaillent avec notre logiciel. Nous avons dépassé le millier de pisciniers, et environ 8 000 utilisateurs, plus d'un million de rendez-vous pris par notre agenda, un million de pièces générées par le logiciel...

J'ai cru comprendre aussi que vous vous étiez ouverts à d'autres univers ?

Il y a beaucoup de choses intéressantes dans EXTRABAT. Tout d'abord, c'est un logiciel ouvert à 360°, c'est-à-dire au logiciel d'intégration d'image ONE SHOT 3D, à la domotique, au système de gestion PoolCop, au city commerce, au contact internet... Actuellement, nous sommes en train de nous ouvrir aux fabricants, afin que les commandes générées dans EXTRABAT soient directement envoyées dans leur système informatique.

Nous disposons de toutes les bases de données articles des fabricants disponibles pour les constructeurs de piscines, qui n'ont ainsi pas besoin de les saisir, ni de les mettre à jour.

Logiciel d'intégration d'image
ONE SHOT 3D

L'objectif d'EXTRABAT est vraiment d'entrer dans la chaîne de valeurs ajoutées, destinées à aider le piscinier à vendre mieux et plus vite. Par exemple, l'importation des bases articles et leurs mises à jour automatiques, sont une tâche administrative sans valeur ajoutée dans un magasin, et c'est là où l'informatique doit remplir son rôle.

*Système de gestion PoolCop - **PCFR***

C'est un formidable outil de travail pour les pisciniers !

Absolument ! Mais je ne veux pas qu'EXTRABAT soit juste un logiciel pour réaliser des devis, des factures et entrer des informations. L'idée, l'ADN du logiciel est de rentabiliser le fichier clients, et de faire accélérer le processus de vente. En pleine saison de la piscine, quand le professionnel se déplace chez le client qui souhaite une pompe à chaleur, un volet roulant et un abri, qu'il passe une heure et demie sur le terrain et propose à son client de lui envoyer ensuite un devis, je me dis qu'il n'est plus possible de travailler ainsi !

Désormais, le professionnel sort sa tablette, avec son logiciel EXTRABAT, il commence à chiffrer le projet, et peut faire une proposition immédiate à son client, avec un délai, car il a accès à son planning également, à son stock, ou bien il peut commander le produit chez son fournisseur en direct !

L'idée est vraiment d'envoyer une image positive au client : *« je suis professionnel, j'ai des outils techniques, une tablette sur laquelle je peux vous montrer des photos, des notices techniques, des schémas éclatés, faire un devis, etc. Je peux même prendre une photo de votre terrain et vous montrer l'intégration d'une couverture, d'un abri dans votre jardin en 3D... »*

En procédant ainsi, on fait monter le désir du client, et plus on fait monter le désir, moins le prix est un obstacle... Et plus la vente est facilitée. Ce n'est pas vous qui me contredirez n'est-ce pas Patrick ?

Tout à fait extraordinaire ! D'après moi, les professionnels ont une mine d'or dans leur tiroir avec leur fichier clients ! À eux de ne pas la laisser dormir dans le tiroir et tomber en poussière, au profit des concurrents...

C'est pour cela que nous avons réalisé un « export » pour nos clients dans le logiciel, une création unique, propre à EXTRABAT. Concrètement, ils ont un bouton « export clients perdus », qui leur extrait la liste des clients ayant acheté l'année N-1, et qui n'ont pas acheté cette année. Ils ont ensuite un montant affiché du chiffre d'affaires que cela représentait. Je pars du principe que « mesurer c'est progresser » !

Anthony BODY et Patrick SANCHEZ sur notre stand

Effectivement, nous avons cela en commun de penser que la vente est un art, avec sa méthodologie, qui requiert des outils. Anthony a décidé avec raison de fournir des outils aux vendeurs. Cet outil permet de diriger l'entretien et d'emmener le prospect où l'on veut, pour en faire un client. Il permet de le suivre également par la suite, grâce au fichier clients.

Alors si je peux rebondir sur ce point, c'est justement un point que les pisciniers regrettaient, c'est de ne pouvoir suivre leur fichier clients, pour un accompagnement ultérieur à l'achat d'un abri, des solutions de domotique, etc.

Avec EXTRABAT, nous avons intégré l'application d'e-mailing et les campagnes de sms, qui informent les clients des promotions et effectuent des relances.

En effet, le logiciel est proactif, en ce sens qu'il relance automatiquement les clients au terme d'un délai paramétré selon le produit (X mois après l'achat d'un media filtrant, etc.), ou selon l'entretien nécessaire.

Imaginez aussi la valeur ajoutée que cette gestion procure lors de la vente d'une entreprise... Alors que si le dirigeant possède juste des fichiers Excel et des infos plein la tête, ...

Si j'avais un compliment à faire à Anthony, moi qui ai 50 ans de marketing et de commerce derrière moi, c'est qu'il a mis à portée de l'artisan ce que, dans le temps, on apprenait à HEC pendant 7 ans.

Nous n'arrêtons pas de dire aux pisciniers qu'ils doivent se former chaque année. Rien qu'en un an, notre logiciel a encore évolué, grâce aux 6 développeurs qui codent les fonctionnalités. Les formations techniques sont indispensables sur les produits, mais aussi celles en accompagnement du client, en vente, et sur les outils d'aide à la vente.

contact@extrabat.com / piscine.extrabat.com

Dans la plupart de nos numéros, vous retrouverez le point de vue d'industriels, de fabricants, de constructeurs... sur les tendances du marché, ce qui vous permettra de recouper avec vos propres appréciations.
Si vous souhaitez vous aussi vous exprimer, faites-nous le savoir, nous vous laisserons la parole avec plaisir.

Joeri DILS, Dirigeant de T&A (Belgique)

"La couverture est souvent le dernier équipement que le professionnel installe. En 2016, nous n'avons pas connu de véritable hiver, donc les professionnels ont continué à construire régulièrement, sans s'arrêter. Je pense qu'ils ont dû faire une pause de deux semaines pour les vacances de Noël 2015, donc la saison a commencé très tôt.

Joeri DILS

Évidemment il y a eu la mauvaise météo de mai et juin, mais comme toutes les piscines étaient déjà vendues et en train d'être installées, pour nous, fabricants de couvertures, cela n'a guère eu beaucoup d'impact.
L'automne et le début d'hiver 2016 ont été très bons. Nous avons pris la décision avec le Chef de Production de continuer à fabriquer les couvertures jusqu'au dernier jour de l'année, car nous avons beaucoup de commandes en cours. Nous travaillons donc avec une équipe à plein temps.

2017 s'annonce donc très bien. J'ai parlé avec beaucoup de professionnels, notamment au Salon de Lyon. Tous sont très optimistes et positifs en ce qui concerne la saison 2017. Ils ont déjà pas mal de commandes en cours, et ça, c'est rassurant pour le chiffre d'affaires à venir. Malgré tout, le climat reste un facteur très important. Si, par exemple, il fait mauvais temps jusqu'à l'été, les commandes qui arrivent en mars et avril d'habitude ne seront pas au rendez-vous. Nous devons donc toujours rester prudents. L'important pour nous est que l'export marche bien. Nous sommes présents dans beaucoup de pays où le climat est différent, donc nous devenons moins dépendants de ces aléas." *(Informations recueillies le 9 décembre 2016)*

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

Frédéric MARMANDE Dirigeant d'ABRIDEAL (40)

"Je définirais la saison passée comme une saison « en demi-teinte », dans le sens où le printemps a été perturbé par des épisodes météorologiques peu favorables à l'acquisition d'un abri. Pour notre profession, en début de saison et lors des démarrages des salons et des foires, il est important que le soleil soit au rendez-vous. Or, cette année, le mois d'avril a été très pluvieux. La saison a donc été un peu plus compliquée que l'an passé. A contrario, l'arrière-saison, commençant en août, a connu un bel été indien, plutôt porteur pour notre activité, d'autant plus que cette période annonce pour nous la deuxième campagne annuelle de foires et salons.

Frédéric MARMANDE

Je crois savoir que cette année a été plutôt bonne pour la construction, donc nous sommes pleins d'espoir pour les mois qui viennent. Malgré ce que j'ai évoqué, l'intérêt suscité par le produit « abri » est allé crescendo. Nous avons beaucoup de demandes, de projets à moyen terme, ce qui est très encourageant, même si les facteurs météorologiques et économiques n'étaient pas forcément réunis pour confirmer l'acquisition d'un abri. Néanmoins, la demande d'informations était au rendez-vous et de bon augure pour les mois qui arrivent.

Concernant l'année 2017, il est difficile de se prononcer. Si l'on se base sur cet automne, c'est plutôt encourageant, avec un volant de demandes à moyen terme important. Cependant, j'avais le même sentiment l'année dernière à la même époque et lefacteur météo est venu interférer..."

(Informations recueillies le12 octobre 2016)

infodoc@abrideal.com / www.abrideal.com

Pedro ARREBOLA, Responsable de la Division Piscine chez RENOLIT (Espagne)

" Sur le marché européen, les saisons 2015 et 2016 ont été très satisfaisantes dans l'ensemble. Evidemment, il y a quelques pays où le marché est un peu plus difficile, comme c'est le cas pour la Turquie et la Russie par exemple, avec des situations politiques plus compliquées. Mais pour les pays du "cœur" de l'Europe, la France, l'Espagne, l'Allemagne et l'Autriche, la situation est globalement positive. Les chiffres d'affaires par pays sont en progression, avec +6 à 8 % en Italie, +8 % en Espagne. En France, la croissance a peut-être été un peu plus faible, tandis qu'en Allemagne et en Autriche, les résultats ont été très positifs. L'ensemble des professionnels a une vision positive de la situation du marché européen actuel.

Pedro ARREBOLA

Concernant la proportion entre la construction et la rénovation, la tendance est claire en ce qui concerne nos membranes. Elles sont appliquées de plus en plus fréquemment pour de la rénovation, surtout sur le marché espagnol (100 % en rénovation) et en France. En Allemagne et en Autriche, c'est le marché de la construction qui prédomine pour nos membranes. Cette différence s'explique par le fait qu'en Espagne, traditionnellement, les piscines y sont réalisées en carrelage alors qu'en France et au nord de l'Europe, il est plutôt de coutume de poser un liner ou une piscine coque.
Si l'on analyse les précommandes et le prévisionnel de notre clientèle, 2017 sera une bonne année également. Elle débutera de manière positive pour Renolit, et, je pense qu'il en sera de même pour les autres fournisseurs. En effet, fin 2016, il reste peu de stock chez nos distributeurs qui vont donc devoir précommander des produits pour la prochaine saison. Si la météo est plus ou moins favorable, comme ce fut le cas cette année, nous devrions réaliser également une bonne année 2017 en termes de résultats, d'autant que la situation économique est plutôt bonne en Europe en ce moment."

(Informations recueillies le 3 novembre 2016)

info@renolit.com / www.renolit.com

Maxime et Fabien SAUSSAC, Dirigeants de FILTRINOV (42)

De mémoire, l'année 2016 a démarré très fort sur le premier trimestre, avec de très bons chiffres, comparés aux saisons passées. Nous projetions une saison exceptionnelle. Après le premier trimestre, malgré une légère accalmie du marché que nous n'avons pas trop ressentie, nous avons conservé un bon rythme grâce à nos clients, anciens et nouveaux, et aussi grâce à de nouveaux produits, tels que le mur filtrant. Les ventes de ce dernier nous ont permis de compenser quelque peu ce léger ralentissement en avril, dû à une météo peu favorable.

Fabien et Maxime SAUSSAC

Nous avons enregistré en juillet notre plus gros chiffre mensuel en termes de résultats et de blocs vendus, depuis l'existence de l'entreprise ! Donc, pour nous, l'année 2016 a été vraiment très bonne. Notre nouveauté a bien été perçue par nos circuits de distribution, qu'il s'agisse des sites internet, des revendeurs ou des réseaux de magasins. Les particuliers ont été ravis du produit également, d'après les témoignages que nous avons recueillis.

Enfin, notre mur filtrant, mis en avant sur notre stand au Salon Piscine Global, a été très apprécié par les professionnels, que ce soient des constructeurs de piscines en blocs de polystyrène ou ceux travaillant en maçonnerie traditionnelle. La saison s'est ensuite bien déroulée, tant pour la production que pour les relations commerciales et les ventes. Nous en sommes très satisfaits !

Normalement, pour 2017, nous devrions connaître la même progression. Cependant, après tous les avis positifs que nous avons reçus sur le mur filtrant, nous espérons en fabriquer et en vendre deux fois plus qu'en 2016 ! De plus, la réussite que connaît le produit apporte une bonne notoriété à notre société, ce qui nous permet d'être de plus en plus référencés par les grands acteurs du marché.

Nous espérons aussi que les nombreux contacts pris sur le salon, se concrétiseront par des commandes. Nous avons ressenti que beaucoup de nos clients avaient des projets de développement, ce qui est synonyme de développement également pour nous. Nous sommes donc très confiants pour 2017 !"

(Informations recueillies le 13 décembre 2016)

info@filtrinov.com / www.filtrinov.com

Pascal GONICHON, PDG de DOM COMPOSIT (63)

" En 2016, durant laquelle nous avons célébré nos 30 ans d'existence, au niveau du marché intérieur, contrairement à beaucoup de nos confrères, j'aurais tendance à dire que nous avons connu une progression, mais somme toute, moyenne. Le marché extérieur européen est toujours en pleine forme.

Pascal GONICHON

Le salon de la Piscine de Lyon, au mois de novembre dernier, nous a laissé entrevoir une saison 2017 qui devrait être réellement dynamique. Nous avons été surpris par les visites de nos clients français, beaucoup plus nombreux qu'il y a 2 ans, beaucoup plus intéressés et décidés à faire bouger les choses. Je pense que c'est de bon augure pour la saison à venir.

Concernant l'Europe en général, nous avons eu quelques contacts supplémentaires par rapport aux éditions passées. Nos clients historiques sont toujours là, avec les mêmes objectifs de vente que par le passé. C'est positif pour l'année qui vient.

Nous avons constaté également un bel accueil de notre mini piscine acrylique, tant durant l'année 2016 dans son ensemble que sur le salon lyonnais et c'est valable aussi bien sur le marché intérieur qu'à l'export. Cela nous rend très optimiste pour l'avenir."

(Informations recueillies le 13 décembre 2016)

info@domcomposit.com / www.domcomposit.com

Denis PORRAS, PDG de PISCINES DE FRANCE à Bordeaux (33)

"L'année 2016 fut plutôt intéressante en termes de commandes, qui, je pense, porteront leurs fruits. Notre carnet de commandes est en effet bien rempli, avec des prévisions prometteuses pour 2017.

Denis PORRAS

J'ai pu toucher du doigt la notion de saisonnalité, avec une saison mi-figue mi-raisin sur Bordeaux jusque fin juin, puis le soleil et la chaleur, qui ont déclenché les demandes d'un seul coup ! Il a fallu répondre alors à des « wagons de devis ». Nous en avons enregistré 750 cette année pour les piscines et plus de 200 pour les spas ! En termes de chiffre d'affaires, la situation s'est maintenue par rapport à l'an dernier mais elle laisse présager une forte saison 2017.

Pour 2017, je prévois une demande relativement importante en piscines et spas. Ce devrait être une très belle année. Nous avons des commandes pour de jolis projets, fonds mobiles, piscines à débordement, donc plutôt dans le haut de gamme, avec un équipement de plus en plus complet et innovant."

(Informations recueillies le 29 novembre 2016)

seres-sa@wanadoo.fr / www.piscines-de-france.fr

Les formations techniques PROCOPI 2017 en agence

Tout au long de l'année Procopi propose, dans ses agences commerciales, des formations techniques dans plusieurs domaines : électrolyseur EES PRO, régulation REDOX, régulation ampérométrique, ainsi qu'une nouvelle formation en 2017 sur les membranes armées. Ces formations sont destinées aux clients professionnels de la piscine et du spa. Le programme s'appuie sur les normes NF T 54-803 et NF T 54 804.

- **Bordeaux (33) : du 8 au 10 mars 2017**
- **Bourgoin-Jallieu (38) : du 22 au 24 février 2017**

Informations et inscriptions auprès de votre Responsable Service Client dans votre agence commerciale.

marketing@procopi.com / www.procopi.com

Les formations VOLITION TECHNIC sur le métier et la réparation de spas tout au long de l'année !

Pour vous former et former votre personnel, VOLITION TECHNIC vous propose de développer vos compétences techniques sur le diagnostic, l'entretien et la réparation des spas de toute marque. VOLITION TECHNIC société membre de VOLITION SPA GROUP, vous propose une formation professionnelle complète sur le fonctionnement et le dépannage des spas.

Thèmes traités lors de la formation : Electricité / Hydraulique / Entretien / Pannes courantes.

La formation se déroule sur une demi-journée (4 heures) dans les locaux du revendeur.

Prix de la formation : 300€ HT + frais de déplacement selon la localité.

contact@volition-technic.com
www.volition-technic.com

Les formations au logiciel EXTRABAT PISCINES

EXTRABAT [Piscines] propose aux professionnels de la piscine des formations sur mesure pour prendre en mains le logiciel et toutes ses fonctionnalités. Cet outil d'aide à la gestion de leur activité propose régulièrement des améliorations et nouvelles fonctions destinées à leur faciliter le quotidien. Ces formations permettent aux pisciniers : d'être formé au logiciel ; d'optimiser leur utilisation du logiciel ; de découvrir de nouvelles fonctionnalités ; de bénéficier d'une offre tarifaire avantageuse.

Le coût de la formation est de 350 €HT pour 1 participant et en offre spéciale, de 250 €HT pour chaque participant supplémentaire. Un programme ainsi qu'une convention vous seront transmis pour votre demande de prise en charge.

contact@extrabat.com / http://piscine.extrabat.com

Les formations « Expert » 2017 de PROCOPI : Hydraulique et Traitement de l'eau de piscine

Les formations « Expert » de PROCOPI permettent aux professionnels de la Piscine de se démarquer par leur expertise en hydraulique et en équilibre de l'eau.

Chimie – Traitement de l'eau

- À Rennes (35) : du 1er au 3 mars 2017.

La formation est animée sur 4 demi-journées (16h) par Fanny HOURLIER visant à permettre aux professionnels de réaliser des ventes additionnelles en proposant leur expertise en équilibre de l'eau à leurs clients. Elle se destine particulièrement aux techniciens piscine/service et vendeurs en magasin.

Hydraulique

- À Rennes (35) : du 27 février au 1er mars 2017.

Cette formation sur 4 demi-journées (16h) est animée par Sylvain GAUTIER, afin d'aider les professionnels de la piscine à optimiser le réseau hydraulique d'une piscine et diminuer la consommation d'énergie. Elle se destine particulièrement aux techniciens de bureaux d'études, commerciaux piscine et techniciens piscine.

Téléchargez le programme complet en ligne sur www.eurospapoolnews.com, rubrique « Formations ».

Les formations à la pose de membranes armées et liners de piscine avec APF

Le spécialiste du liner et de la membrane armée pour piscine APF propose plusieurs formations au CFA de Pierrelatte (26). Les commerciaux et vendeurs pourront découvrir la nouvelle membrane armée d'APF, tandis que les techniciens pourront se former à la pose de liners.

Le 17 février et
le 30 mars 2017 : pose de liner (Prise de cotes, pose, démonstrations avec participation).

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

Retrouvez toutes les **FORMATIONS** en ligne sur le site **www.eurospapoolnews.com** Rubrique **FORMATIONS**

Formation à la pose de membrane PVC armé avec un spécialiste

Le centre de formation aux techniques de pose et soudures de membrane PVC armé en piscine, ST Formation, situé à Voiron (38), propose plusieurs sessions de formation pour les chefs d'entreprise, ouvriers et techniciens spécialisés de la piscine, artisans ou salariés et débutants.

Deux niveaux de formation vous sont proposés sur une durée de 2 jours 1/2 chacun (20 h) :

Niveau 1 : Initiation à la soudure et la pose de membrane PVC armé pour les personnes n'ayant pas reçu de formation y compris les débutants.

Niveau 2 : Perfectionnement pour la pose et la soudure de membrane PVC armé avec formes complexes, réservé aux professionnels, ayant une 1e expérience ou ayant déjà suivi la formation niveau 1.

La formation se compose à 80% d'exercices pratiques sur des postes individuels.

Matériel complet mis à disposition afin de s'exercer à maîtriser les gestes et les techniques de pose indispensables rendant les installateurs opérationnels dès la fin de l'enseignement.
Attestation de fin de formation en fin de session.

ST Formation est enregistrée en qualité d'organisme de formation N° 82 38 05954 38 auprès du préfet de région de Rhône-Alpes.
Toutes les dates en ligne sur www.eurospapoolnews.com rubrique « Formations ».
Inscriptions en ligne sur le site de ST Formation.
Contact : M. Lanzalotta au 06.08.12.89.18.

contact@st-formationpiscine.fr / www.st-formationpiscine.fr

Des professionnels en « formation continue »

Vendredi 9 décembre 2016, au CFA de Pierrelatte (26), 10 professionnels ont bénéficié d'une journée de formation sur la pose d'un liner avec marches d'escalier.
Ils venaient de Marseille, Saint-Etienne, Hossegor, Bourg, Drôme, Ardèche, Gard.
Cette première formation au CFA faisait suite à une forte demande. En effet, si la pose classique d'un liner est relativement connue, il en est différemment lorsqu'elle s'intègre à un escalier.
L'équipe de formation de Pierrelatte avait bien fait les choses. En effet, à l'abri du froid, dans une salle de cours, avait été conçu un petit bassin complet en bois, avec un escalier modulaire, pièces à sceller sur d'autres éléments bois.
Cette formation a été assurée par APF (Annonay Production France), fabricant entre autres de liner. Pièces à sceller et liner étaient fournis par la société, APF.
Les participants professionnels ont tous apprécié cette journée de formation super organisée.

Sur le sol carrelé, mise en place de la structure du bassin en bois avec son escalier rajouté

Début de la pose du liner côté escalier, fixation d'angle dans le profilé d'accrochage

Une fois le liner (et la fixation haute dans le profilé d'accrochage) en place, placage PVC en cours, grâce à un puissant aspirateur.

***Clément CHAPATON** (à gauche) P.D.G d'APF, observe la pose d'un premier liner sans escalier.*

formation.piscine@orange.fr

LES PISCINES DE COLLECTIVITÉS

Piscine de Demain : un 17e colloque remarquable

Pourquoi remarquable ? Parce que le site où l'évènement s'est déroulé – SCENEO à Saint Omer – est le parfait exemple de ce que sera la piscine de demain : un ensemble multi-activités qui correspond très exactement aux nouvelles attentes des utilisateurs en proposant à la fois détente, spectacle, sport, activités ludiques, cours coachés… Le corps comme l'esprit sont donc sollicités au maximum, quel que soit l'âge. Découverte !

Virginie BETTATI

C'est la CASO - communauté d'agglomération de Saint-Omer – qui regroupe 25 communes et 73 000 habitants qui a réalisé ce complexe constitué de 2 pôles d'attraction principaux : la salle de spectacle et le centre aquatique Wellness et Fitness.
Une association qui semble pour le moins atypique – pour l'instant seulement ! - tant pour la destination d'usage que pour les compétences requises, quelles soient techniques, architecturales, de gestion, d'exploitation, etc.
Cette conception, présente pourtant l'avantage de regrouper sur un seul site un ensemble d'activités pour tous, mais aussi de permettre une mutualisation particulièrement recherchée par les collectivités afin de rentabiliser leur investissement… ou plus exactement de minimiser le déficit chronique constaté pour ce type d'établissement (les recettes commerciales couvrant en moyenne 45 à 60 % seulement des charges de fonctionnement).

La production de chauffage et d'eau chaude sanitaire des bâtiments est assurée à 80 % par une chaudière à granulés de bois de 500 kW et à 20 % par deux chaudières gaz de 700 kW, venant en appoint.
Le bâtiment a obtenu le label BBC (bâtiment basse consommation) et une aide de l'ADEME de 268 650 euros sur les 692 000 euros HT investis dans la chaufferie.

Mais attention, « vouloir » n'est pas forcément « pouvoir » en la matière.
La réussite pour ce type de projet passe par une communication et une collaboration sans faille en amont. C'est cette seule démarche qui a par exemple permis, en associant le mainteneur dès le projet, de pouvoir s'engager sur les consommations énergétiques à venir. La mise en commun de la force, du dynamisme et des moyens est à ce prix.
Bref, il n'était pas meilleur choix que ce site pour la tenue de ce colloque de la Piscine de Demain !

La centrale de traitement d'air avec récupérateur d'énergie pour une exploitation réalisant un maximum d'économie.

L'eau est traitée à l'ozone afin de réduire le taux de chlore utilisé

Au cœur du complexe, l'espace Wellness, dédié à la détente du corps et de l'esprit, est constitué d'un hammam, deux saunas, un spa et un espace tisanerie. L'espace fitness vit au rythme des cours collectifs dispensés par les coachs de qualité diplômée d'état.

Des fêtes du sport sont également organisées sur une courte durée avec plus de 25 disciplines représentées. Ici, la salle de spectacle est utilisée pour des démonstrations et des initiations sportives.

DES RENCONTRES TOUJOURS PLUS RICHES

Arnaud Volpilière, chef de file de La Piscine de Demain et Jean Nouis Secrétaire général La Piscine de Demain et Consultant La Maison de La Piscine, nous ont donc accueillis en collaboration avec l'exploitant privé S-PASS pour ce 17e colloque qui s'est déroulé en décembre dernier. Après une première partie de journée consacrée aux interventions sur les nouveautés du secteur (produits, services, procédés innovants et expériences inédites), les participants ont pu visiter le complexe.

La salle de spectacle peut accueillir entre 1 000 et 4 500 spectateurs selon la configuration choisie. Son plateau entièrement modulable de 2 500 m² est également capable de recevoir d'autres événements de type foires, salons et séminaires d'entreprises.

L'intérêt de cette mixité d'activités est la mise en commun de nombreux équipements techniques (chauffage, production d'eau chaude sanitaire), mais aussi de parties communes (parking, entrée, accueil,…), sans oublier le plus important : la gestion.

Sceneo est en effet exploité en délégation de service public par le groupe S-PASS via sa filiale Sceneo. Ce Groupe - né le 1er juillet 2016 de la fusion de Vega, Ellipse et Carilis - est aujourd'hui l'un des leaders en France de la gestion, de l'exploitation et de l'animation d'équipements publics. Avec 30 ans d'expérience dans l'aquatique et 20 ans d'expérience dans le spectacle et l'événementiel, S-PASS s'appuie donc sur l'expertise de ses équipes qui comptent aujourd'hui près de 1 000 collaborateurs dans plus de 60 filiales. S-PASS gère une soixantaine de sites en France et se positionne sur les marchés des Délégations de Service Public, sachant que le Pôle Aquatique du Groupe S-PASS est placé sous la direction générale de Laurent Oneda. Une expérience qui a pu être partagée durant ce colloque, avec un leitmotiv fort : **dialogue et collaboration entre tous les intervenants de l'origine du projet jusqu'à l'exploitation.**

Le complexe aquatique Sceneo se compose de trois bassins sur plus de 1 000 m² de plans d'eau. Il comporte un bassin sportif de 25 m équipé de 10 couloirs, un bassin ludique de 291 m² avec des jeux d'eau et nage à contrecourant, un bassin d'apprentissage de 130 m² pour les activités aquatiques, une lagune de jeux pour les enfants et un toboggan de plus de 40 m.

Conjuguer piscine et cinéma ? C'est possible à Sceneo. Une bouée pour se caler dans la piscine, une eau à 32 degrés pour ne pas prendre froid et une projection, le tout pour 4 € !

SCENEO… LE BIEN NOMMÉ !

Ouvert au public depuis février 2015, cette réalisation est une référence nationale exemplaire en termes de pluriactivités.

Le projet avait été initié dès 2009, pour se concrétiser en 2012, dans le cadre d'un Partenariat Public Privé (PPP) entre la communauté d'Agglomération et la société Auxifip, en charge de la conception, de la construction, du financement et de la maintenance de cet équipement pour un montant de près de 48 millions d'euros. On doit la conception à l'architecte océanographe Jacques Rougerie, grand spécialiste des équipements aquatiques et marins (le Nausicaa à Boulogne sur Mer) accompagné et piloté par Cirmad. Les travaux débutés le 23 mai 2013 ont été réalisés par les sociétés Norpac et Baudin Chauteauneuf pour la partie centre aquatique. Après deux ans de travaux, l'inauguration a eu lieu le 30 janvier 2015. C'est Dalkia qui assure l'exploitation multitechnique et la maintenance du bâtiment.

Depuis son ouverture, Sceneo a trouvé son public avec plus de 465 000 entrées sur la partie aquatique, Wellness et fitness, toutes activités confondues (hors spectacle).

LES PISCINES DE COLLECTIVITÉS

Piscine de Demain : un 17e colloque remarquable

La PDD a déjà 15 ans
Animée par le seul objectif de réunir les professionnels pour, ensemble, partager les savoir-faire et expériences individuelles, l'association PDD a pour ambition de faire progresser le secteur de la piscine publique.
Il faut savoir que les rencontres organisées à vocation pédagogique sont 100 % gratuite pour les maîtres d'ouvrage, les assistants à maîtrise d'ouvrage, les architectes et les bureaux d'études. Elles sont dédiées à ceux qui ont des projets de construction ou de réhabilitation de piscine, en cours ou à venir, et à ceux qui souhaitent s'informer des nouvelles tendances et techniques du marché.

Le 7e congrès : des interventions courtes et efficaces qui couvrent l'ensemble des équipements et des activités indispensables en piscines collectives.

Chaque congrès représente une excellente occasion pour exposer et faire valoir son savoir-faire.

VU POUR VOUS

Le tout nouveau système de sécurité **Bip & Flash de SafetyArea** est destiné à maîtriser l'urgence en cas d'accident au sein d'un ERP. A la fois très simple de conception et facile d'utilisation, ce système permet de gagner entre 4 à 8 minutes, de la découverte de la victime au passage du relais aux pompiers. Il s'agit d'un boitier placé dans chaque zone à surveiller, un code couleur permettant au personnel de différencier immédiatement où a eu lieu l'accident. Il suffit d'appuyer sur le bouton poussoir du boitier pour que l'ensemble du personnel de l'ERP soit informé et puisse localiser l'intervention.

Résultat : un démarrage pratique et rapide des procédures de secours, avec une évacuation et une surveillance précoces des usagers dans tout l'établissement.
A ce sujet, rappelons qu'au vu de l'article 1 de l'arrêté du 16 juin 1998 : *« Tout exploitant d'un établissement de baignade payante a pour objectif de prévenir les accidents liés aux dîtes activités par une surveillance adaptée aux caractéristiques de l'établissement ».* Quant à l'article 5 de l'arrêté du 16 juin 1998 il prévoit que *« Le Plan d'Organisation de Sécurité et de Secours (P.O.S.S.) doit être obligatoirement connu de tous les membres du personnel occasionnel et permanent ».* Plus de renseignements sur **www.safetyarea.fr**

La déco et le bienfait du sel à la fois avec l'**halothérapie par Univer'sel**. Signalons tout d'abord que l'halothérapie a vu le jour au début du 20e siècle, lorsque des médecins polonais se sont rendus compte que les mineurs qui travaillaient dans les mines de sel étaient très peu sujets aux infections respiratoires. Des études ont aussi démontré qu'une pause de 30 à 45 minutes dans une grotte de sel, prodigue les mêmes effets qu'un week-end en bord de mer. Univer'sel propose donc des plaques de purs cristaux de sel d'une dimension standard de 50 cm x 50 cm (pour un poids variable de 3 à 15 kg). Pré-percées, il suffit de les fixer sur un ou plusieurs murs mais aussi au plafond d'un espace détente pour offrir un moment de bien-être au sein d'un environnement apaisant. Différentes granulations de cristaux sont proposées, de très fine à très grosse, en trois couleurs (orangé, blanc et gris).
Plus de renseignements sur **www.universel74-equipementswellness.com**

Le nouveau système **Eco confort d'Ecoenergie**, particulièrement bien pensé, permet d'éviter les ouvertures intempestives des fenêtres et baies vitrées des piscines couvertes. Il s'agit d'un boitier de contrôle déporté du système de traitement d'air. Dédié au personnel de l'espace aquatique, celui-ci comporte 2 boutons déclenchant un Boost d'air neuf en niveau 1 ou en niveau 2, avec tempo réglable. Le système comprend également un bouton « Boost chauffage » et un bouton « Boost rafraîchissement », toujours avec tempo réglable. Ce procédé permet donc une dérogation raisonnée et contrôlée, afin de mettre un terme aux dérives génératrices d'inconfort et de surconsommation d'énergie.
Plus de renseignements sur **www.ecoenergie.com**

oneshot 3D®

nouvelle version 2.0

"ONESHOT 3D est un
outil de vente redoutable"

maintenant
agréé

Windows

Mac OS

iPod

Déploiement
Groupe

Développement
spécifique

info@pointcube.fr

only by pointcube

EN 2017,
APPRENEZ À ANALYSER VOS ÉCHECS POUR MIEUX RÉUSSIR !

Je ne manquerai pas à la tradition en présentant mes bons vœux à tous mes fidèles lecteurs, ainsi qu'aux nouveaux découvrant ma chronique. Je salue aussi chaleureusement tous les lecteurs rencontrés pendant le salon de Lyon. En ce début d'année, il vous faut reprendre le stylo pour signer les commandes qui serviront à compléter les plannings de printemps ou d'automne (il n'est jamais trop tôt !).
Pour cela, je pense qu'il est très utile de réaliser une inspection de vos outils et de vos méthodes de vente.

Nous allons donc aborder 3 choses :

1 - Le bilan de performance : *TOUT CE QUI SE MESURE S'AMÉLIORE !*
2 - La THÉORIE DE L'ÉCHEC : *"Échouer c'est avoir l'opportunité de recommencer de façon plus efficace " (Henry Ford).*
3 - Le Story Telling : *Racontez-moi une belle histoire !*

Patrick SANCHEZ

1 - LE BILAN DE PERFORMANCE

Tout ce qui se mesure s'améliore !
En tant que Coach, j'ai toujours demandé à mes vendeurs de **comptabiliser clairement et chaque mois les 4 éléments suivants :**

1 - Combien de demandes de devis ou d'infos par mois ?
2 - Combien de ces demandes sont qualifiées pour moi ?
3 - Combien de demandes aboutissent à un RDV ou un entretien de vente en face à face ?
4 - Combien de ces entretiens se transforment en ventes ?

Chacun de ces 4 points permet d'avoir une idée précise des réussites et des échecs de vos actions marketing et des opérations commerciales menées par votre entreprise !

Comme Consultant et Formateur en entreprise, ma première introspection se base sur ces 4 points.

En effet, bien souvent, on me demande d'améliorer les performances des vendeurs, ce qui est très louable en soi. Cependant, **rien ne sert d'avoir des vendeurs de premier ordre, si on ne leur transmet pas assez de prospects et, si, de surcroît, ces derniers sont mal qualifiés !**

Il ne faut pas perdre de vue **LA SEGMENTATION**, qui est plus que jamais la donnée marketing majeure de notre époque. Les prospects sont notamment « fragmentés » en fonction de leur budget. Il faut ainsi éviter de perdre son temps à convaincre un prospect d'acheter à « 100 » s'il se situe dans la tranche de budget « 20 ». Si vous proposez les deux produits (à 100 et à 20), il faut absolument dans ce cas procéder à une découverte très élaborée, afin de choisir le bon produit pour votre prospect, sous peine de lourdes déconvenues.

Il faut aussi oublier le temps où il était très difficile de répondre à la demande. Cette époque où la demande était plus forte que l'offre... À présent, il faut avant tout se demander comment vous allez obtenir des demandes, après vous ferez tout pour les satisfaire. Puis, vous devrez les qualifier, pour que vos entretiens de ventes soient positifs.

Je ne résiste pas à l'envie de vous citer un philosophe Romain très ancien, l'ami Sénèque, qui avait compris bien avant nous :

" La vie ce n'est pas d'attendre que les orages passent, c'est d'apprendre comment danser sous la pluie ! "

En vous inspirant de cette éternelle vérité, il faut bien mesurer les 4 points d'indice de performance. Leur analyse va permettre de connaître l'origine de l'échec et de mettre en œuvre les remèdes adaptés.

Revenons aux 4 points de PERFORMANCE, et aux questions que je dois me poser point par point.

a - **LES DEMANDES :** Ma renommée, mes actions publicitaires, ma visibilité sont-elles génératrices de suffisamment de demandes de renseignements et de devis ? Chaque demande doit être identifiée par son origine. On peut ainsi évaluer les performances des actions Marketing de mois en mois et agir en conséquence.

b - **LA SEGMENTATION :** Les demandes concernent-elles le cœur de mes produits et de mes gammes de prestations ? Mes accroches publicitaires amènent-elles les prospects que je désire démarcher ?

c - **LA QUALIFICATION :** Suite aux demandes, ai-je une stratégie de prise de RDV efficace, qui débouche sur des rencontres qualifiées ? Ai-je collecté les bonnes informations, pour que ce RDV soit performant. Malheureusement, combien de vendeurs se rendent aux RDV sans aucune information précise et sont désarçonnés aux premiers mots, ce qui n'est pas une bonne façon d'être motivé pour la suite d'un plan de vente gagnant.

d - **LES TECHNIQUES DE VENTE.** Enfin, ce qui va informer le vendeur sur ses réelles performances : combien de VENTES a-t-il réalisé sur ses RDV qualifiés ?

Là, bien entendu, ce point doit être étudié avec précision et sans aucune complaisance. Car il permet de savoir où, quand, comment et pourquoi sont générés les Victoires ou les Échecs... **qui sont finalement les seuls et uniques leviers qui assureront santé ou malaise de l'entreprise !**

" Les succès apportent le carburant et alimente notre enthousiasme, tandis que les échecs, à condition de ne pas les ignorer, sont le meilleur moyen de s'améliorer. "

2 - LA THÉORIE DE L'ÉCHEC !

Notre culture nous a formatés à la peur de l'échec. Il en résulte que, pour ne pas avoir à affronter cet échec, on évite d'en parler et surtout, on l'attribue toujours à d'autres qu'à nous.

Qui n'a pas, à la suite d'un refus d'une proposition, accusé le prospect, la concurrence, la crise, l'air du temps, internet, etc., bref, les autres quoi ! Sans jamais s'en prendre tout simplement à soi-même ! Ai-je bien structuré mon plan de vente ? Ai-je bien présenté mon entreprise, mes produits, mon savoir- faire, mes avantages, etc. Suis-je entré en EMPATHIE avec mon prospect ? C'est la première des démarches à effectuer, plutôt que d'accuser la pluie, le vent, ou l'âge du capitaine...

QUAND UN PROSPECT ACHÈTE AILLEURS, C'EST MOI QUI AI ÉCHOUÉ… un point c'est TOUT !

Par contre, ce qu'il faut bien comprendre, c'est qu'en réalité, un échec devient un véritable trésor si l'on arrive à en comprendre la ou les raisons… Il n'est pas de progrès dans la vie qui ne se construisent mieux que sur un échec signifié !

Il est banal de rappeler certains dictons trop souvent oubliés et pourtant toujours aussi vrais :

***" Échouer c'est avoir l'opportunité de recommencer de manière plus efficace. "* Henri Ford**

Une fois les 3 premiers points analysés et résolus, le vendeur a développé un plan de vente adapté à son prospect bien qualifié. Il gagne ou il perd. S'il perd, il doit revisiter son plan de vente et trouver la ou les failles ayant causé son échec.

S'il réussit à comprendre les raisons de son échec, il lui suffira de corriger de façon positive son prochain entretien de vente. C'est ainsi qu'un vendeur fera son bilan et calculera son indice de performance chaque mois. Il trouvera ainsi des motivations à progresser.

L'INDICE DE PERFORMANCE

Votre indice correspond au rapport entre le nombre de RDV qualifiés avec remise de prix et les ventes réalisées.

$$\frac{\textbf{NB de remises de Prix}}{\textbf{NB de ventes}} = \%$$

Exemple : sur 10 RDV suivis d'une remise de prix, si vous avez réalisé 2 ventes, votre indice est de 20 % !

Ne culpabilisez pas, mais ne masquez pas les 80 % d'échec, et surtout **ne leur attribuez pas d'autres causes que VOUS !** Analysez et donnez-vous pour objectif l'amélioration pour le mois suivant.

Nous reparlerons bien entendu au cours de cette nouvelle année, au fil des rubriques, des multiples points qui composent **un plan de vente GAGNANT.** Il faut absolument trouver la ou les causes de l'échec parmi les 4 phases du plan de vente.

a - **Contact :** séduire avec son **Story Telling.**

b - **Connaître - découvrir :** besoins, motivations, budget, etc., et créer **l'empathie.**

c - **Convaincre :** démontrer sa compétence et justifier **son prix.**

d - **Conclure :** proposer une négociation **GAGNANT/GAGNANT !**

3 - LE STORY TELLING

La tendance confirme toutes mes prédictions au sujet du Story Telling. Ces prédictions, que je diffuse à l'envi dans mes formations et mes écrits, portaient sur l'émergence de la mise en lumière du **savoir-faire**, en plaçant très habilement en second plan le **savoir vendre**.

Story Telling : Parlez-moi de vous, racontez-moi votre histoire, une belle histoire... Mettez de l'humain dans votre démarche, montrez-moi les gens qui composent votre entreprise, qui fait quoi, qui est qui, quelle est la noble origine de vos produits…

On observe à cet égard, dans la distribution classique, cette émergence, avec des axes d'attaque marketing ostensiblement ciblés sur l'humain, l'artisan, évoquant son savoir-faire, sa proximité, etc. Regardez bien les étiquettes des produits actuellement, elles vous racontent toutes ces histoires.

Ensuite, le **savoir vendre** en découle naturellement et donne acte à vos démonstrations. Vos arguments seront compris et renforcés, dans le but ultime d'instaurer l'une des clefs majeures du métier : **LA CONFIANCE.**

Ainsi, dans vos messages publicitaires et dans le développement de vos plans de vente, mettez en évidence votre Story Telling, racontez votre histoire et montrez votre entreprise. Validez par cette technique vos compétences, votre « humanité » et votre proximité !

NB :** Lors de la création de mes* **StepWay, je consacre plusieurs pages à ce Story Telling : photos et prénoms des employés, compétences, rôle, historique de l'entreprise...*

Voilà chers lecteurs, une nouvelle année commence et j'ai encore de belles histoires à vous raconter… et j'espère que vous serez ravis de les lire.

N'hésitez pas à me solliciter et à me questionner pour plus amples développements !

Patrick Sanchez
actionvente@wanadoo.fr
06 80 26 22 76

ANNONCEURS

p. 6 et 7	ABORAL
p.44	AFG Europe
p.79	ALUKOV France
p.21	APF (Annonay Productions France)
p.57	AQUACOVER
p.43	BAYROL France
p.39	CCEI
p.69	EMEC France
p.77	EOTEC / ECOSWIM
p.49	EXTRABAT
p.40	FELI
p.36	FILTRINOV
p.38	FLEXINOX POOL
p.61	FLIPR
p.53	HANNA INSTRUMENTS
p.67	HTH / LONZA
p.73	HYDRO SUD DIRECT
p.23	LA COOPERATIVE DES PISCINIERS
p.56	LAMOTTE EUROPE
p.13	OCEDIS
p.59	ONDILO
p.62	PISCINESPA.COM
p. 19	PISCINE PLAGE
p. 17	PISCINES DUGAIN
p.95	POINTCUBE / ONESHOT 3D
p.51	POLYTROPIC
p. 9	POOL TECHNOLOGIE
p.55	POOL UP
p.41, 45 et 27	POOLSTAR
p.85	POPPSI
p.81	QUALISPORT
4e de couverture	RIIOT LABS
p.47	SAFIRA
p.63 et 80	SALINS DU MIDI
3e de couverture	Spécial COLLECTIVITÉS / Hors-Série
p.50	T&A
p.75	TOUCAN
p.15	UNIBEO PISCINES
p.37	VEGAMETAL
p.5	WOOD
p.2 et 3	ZODIAC

Spécial PROS

Le magazine des métiers de la piscine et du spa

Spécial PROS N°21
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
A collaboré à ce numéro :
Patrick Sanchez, Manuel Martinez, Jacky Menant
Publicité :
Emmanuelle Fardin, Katrien Willemse,
Nicolas Biagini, Michele Ravizza
Web : Bénédicte Béguin, Nadège Hely
Illustration : Jean-Pierre Dirick
Infographiste : Laura Perinetto
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
MARS / AVRIL 2017

HORS-SÉRIE

Spécial COLLECTIVITÉS

Piscines Spas & Équipements

À paraître
Septembre 2017

Pour communiquer dans ce nouvel hors-série

contact@eurospapoolnews.com

04 92 19 41 60

RIIOT LABS

blue,
L'analyseur de piscine intelligent et connecté

UNE INNOVATION DE RIIOT LABS

Rejoignez dès aujourd'hui
notre **réseau de revendeurs** sur
www.riiotlabs.com/revendeur

riiotlabs.com

AUSSI SUR

SÉLECTION OFFICIELLE GRAND PRIX DE L'INNOVATION 2016

CES INNOVATION AWARDS 2017