

SALONS

PISCINE & DU SPA 2008

Un marché droit dans ses bottes !

Avec près de 40 000 visiteurs pour 121 exposants, le Salon de la Piscine & du Spa ne connaît pas la crise... A peine déplore-t-on quelque 6 % de visiteurs en moins sur cette nouvelle édition tandis que certains exposants enregistrent des ventes supérieures à l'an passé ! Bref, une manifestation qui, à l'image de la profession, démontre ses capacités à rebondir dans une conjoncture particulièrement défavorable. Le point sur cet événement pas comme les autres avec Aube Jeanbart, Commissaire Général adjoint de la manifestation.



Bricomag : On est très surpris lorsque l'on arrive sur le salon, on cherche partout les traces d'une nouvelle organisation de l'offre – celle annoncée à la fin du salon 2007 –, en vain. Un peu comme la Guerre de Troie, la sectorisation n'a pas eu lieu. Pourquoi ?

Aube Jeanbart : C'est vrai que l'an dernier, avec 121 exposants en 2007, nous estimions avoir une offre suffisamment représentative de la profession. C'est pourquoi nous avions pour projet de sectoriser l'événement en 2008. Malheureusement, nous avons été confrontés à une levée de boucliers des exposants sur ce sujet, la plupart refusant d'être placés dans une situation de

proximité – peut-être – excessive par rapport à certaines marques potentiellement concurrentes de la leur. On comprend d'ailleurs que sur un hall d'une superficie relativement modeste, ce qui est le cas du hall 3, il ne soit pas forcément facile de passer une semaine face à son principal concurrent... Au final, nous avons sectorisé, mais de manière plutôt intellectuelle que physique avec ces quatre petits guides thématiques distribués à l'entrée qui proposent chacun sur leur univers – piscine, équipements & abris, jardin & déco, bien-être – un parcours précis permettant de faire une visite exhaustive du salon sur ce secteur spécifique.

Bricomag : Alors comment s'organise cette année le salon et quelle est la place accordée à l'univers du jardin ?

Aube Jeanbart : Comme vous l'avez compris, il n'y a pas cette année de révolution dans l'organisation de l'événement. Par contre, le plan d'ensemble du salon a été revu afin notamment de permettre une meilleure circulation des visiteurs. Ce plan associé aux guides de visites thématiques permet d'avoir des flux de visiteurs assez homogènes. Résultat, il n'y a pas d'affluence massive sur certaines parties de la manifestation pas plus qu'il n'y a d'allées "mortes". En ce qui concerne le jardin, nous essayons, au travers d'une offre un peu plus large

chaque année, d'apporter des solutions concrètes en termes d'aménagement, de mobilier et de décoration afin que le visiteur puisse installer sa piscine en totale harmonie avec l'environnement végétal qui est le sien. C'est la raison pour laquelle nous proposons un espace

part ont bien anticipé le recul des ventes sur la dernière saison. Reste à savoir maintenant si le marché peut se payer le luxe d'une troisième mauvaise année...

Bricomag : Au final, quel bilan faites-vous de cette édition ?

Aube Jeanbart : Il ne faut pas se voiler la face. Le marché n'est pas non plus au top de sa forme. Le consommateur hésite, compare, réfléchit... Quand il ne diffère pas purement et simplement ses intentions d'achat. Oui cela se ressent sur le salon et nous sommes sur une



Aube Jeanbart, Commissaire Général adjoint du Salon de la Piscine & du Spa

Jardin & Paysage animé par des paysagistes professionnels qui ont toutes les réponses en ce qui concerne l'intégration du bassin au jardin.

Bricomag : Le marché de la piscine n'affiche pas de très bons résultats en 2008, le ressentez-vous en tant qu'organisateur de la manifestation ?

Aube Jeanbart : Non, d'autant que nous avons exactement le même nombre d'exposants que l'an dernier. Sur le secteur de la piscine, nous accueillons au contraire une dizaine de nouveaux constructeurs et installateurs en 2008 ! Cela nous permet de compenser l'absence de certains exposants du secteur équipements & abris qui ne sont pas au rendez-vous cette année. Enfin, si l'on tient compte du fait que la présence des industriels et distributeurs du spa est quantitativement et qualitativement la même que les autres années, nous sommes sur la même offre que les éditions précédentes. Bref, on se rend compte que finalement le marché n'est pas – encore – si impacté par la crise. Pour l'heure, les professionnels de la piscine sont surtout sous l'effet de plusieurs étés pourris. La plu-

LA CRÉATION RÉCOMPENSÉE AVEC LES TROPHÉES DE LA PISCINE 2008 ! Le Palmarès 2008 par catégories :

Design, Piscines d'exception

- Trophée de bronze ex aequo
Côté Jardin – Carré Bleu
Implantation d'une piscine intérieure
Piscine Sud Océan – L'Esprit Piscine
Couloir de nage
- Trophée d'Argent
Aqua Diffusion Piscines
Piscine miroir
- Trophée d'Or
Aqualift
Piscine à fond mobile

Sécurité

- Trophée de bronze
Carré Bleu International
Communication pédagogique dédiée aux enfants
- Trophée d'Argent
Profils Systems
Barrière système close-up
- Trophée d'Or
Swim protect
Terrasse mobile

Innovation accessoires

- Trophée d'Argent ex aequo
Procopi
Logiciel pour conception de piscines par ordinateur
So Blue
Dispositif d'informations en temps réel
- Trophée d'Or
Abrisud
Fixations rapides

Développement Durable

- Trophée d'Argent
Gâches Chimie Spécialités
Filtration à base de verre recyclé
- Trophée d'Or
SAS U1 PPP
Système de récupération d'eau de pluie
Spa

- Trophée d'Argent
Aquareve
Spa extérieur s'intégrant à l'environnement
- Trophée d'Or
Guenan
Spa intégré à terrasse en bois

Piscines collectives privées

- Trophée de bronze
Cristal Piscine
Piscine à débordement avec spa intégré
- Trophée d'Argent
Guenan
Piscine d'intérieur
- Trophée d'Or
Carré Bleu
Piscine d'hôtel

Intégration paysage

- Trophée de bronze
Vert Turquoise
Piscine à débordement monobloc béton
- Trophée d'Argent
SARL Duteil Carré Bleu
Piscine en béton armé tout équipée
- Trophée d'Or
Carrelage d'Aquitaine
Piscine à revêtement en mosaïque de pâte de verre

Prix Spécial du Jury

- Catégorie Sécurité & intégration
Abrisud
Abri plat motorisé

Prix du Public

- Catégorie Piscines familiales
Carrelage d'Aquitaine
Piscine en béton armé tout équipée

Prix du Public

- Catégorie Piscine d'exception
Piscines Loisirs Détente
Piscine à débordement



moyenne de fréquentation en baisse de 10 % par rapport à 2007. Sachant que nous étions sur une augmentation de 10 % du visitorat l'an dernier, cela nous ramène à un volume de fréquentation de la manifestation proche de celui de 2006. Ce qui est plutôt une bonne surprise... D'autant que les retours des exposants sont positifs. Certes, le candidat à l'achat d'un bassin compare, s'informe et revient plusieurs fois, mais ne cherche pas le prix. Personne n'arrive sur la porte de Versailles en exigeant une ristourne de 30 % parce que c'est la crise... (rires). Non, il y a plutôt une recherche de conseils du visiteur, celui-ci veut être sûr d'acquérir le bon produit et d'obtenir la meilleure prestation. Bref, on prend son temps, on regarde, on réfléchit... Les salons sont faits pour cela, non ?

Bricomag : Quelle est la place réservée au développement durable sur la manifestation, pensez-vous que la demande sur ce secteur puisse être un relais de croissance pour le marché en 2009 ?

Aube Jeanbart : Le problème en ce qui concerne le développement durable est que les produits et innovations proposés dans ce domaine — à part les progrès enregistrés sur certains matériaux — sont rarement visibles pour le consommateur. Beaucoup de recherches sont faites, par exemple, sur le traitement de l'eau. Résultat, les systèmes de filtrations naturelles ont le vent en poupe et sable et algues microscopiques constituent au-

tant d'alternatives écologiques sérieuses au traitement chimique, mais ces innovations sont difficilement repérables par l'utilisateur. Il y a un important travail de communication à faire sur ce point et les industriels devront faire preuve de pédagogie ces prochaines années si l'on veut que le développement durable devienne une réalité pour le secteur de la piscine. En tant qu'organisateur, il nous appartient d'aider les professionnels sur ce point. C'est pourquoi nous envisageons pour l'édition 2009 d'éditer un guide sur ce secteur spécifique et peut-être même de mettre en place un espace dédié à l'environnement.



Bricomag : L'événement est-il amené à rester un salon franco-français ou envisagez-vous un début d'ouverture sur l'international ?

Aube Jeanbart : Nous avons déjà des visiteurs étrangers, des Belges, des Suisses, mais également des Espagnols. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que le marché de la piscine est un marché de proximité. Pour des raisons pratiques évidentes, le futur utilisateur fera, par exemple, construire sa piscine par un professionnel de sa région. Notre public étant principalement français, nous faisons donc appel à des exposants français, notre but étant encore une fois de faire se rencontrer utilisateurs et professionnels. Enfin, il n'est pas évident d'ouvrir un salon grand public sur l'international. Personnellement, je ne vois pas comment faire venir à Paris un visitorat étranger... à moins de changer complètement le concept du salon, en créant, par exemple, un événement très

haut de gamme. On peut imaginer un salon dédié à la piscine et au design qui s'adresserait à des utilisateurs ayant un très fort pouvoir d'achat et qui exposerait de très belles piscines comme on en trouve en Italie... Pourquoi pas ?

Bricomag : Justement, quels sont les projets des organisateurs du salon pour les années à venir ?

Aube Jeanbart : En ce qui concerne le jardin et la décoration, le premier pas est fait. Nous avons réussi ces deux dernières années à constituer une offre représentative sur l'univers du jardin en tant qu'environnement immédiat de la piscine. Maintenant, nous n'entendons pas nous arrêter en si bon chemin et nous allons continuer à développer des partenariats comme nous l'avons fait avec "Paris Vert Ouest" et les écoles de paysagistes afin d'étoffer encore davantage cette offre. Enfin, comme je vous le disais, nous avons également des projets pour ancrer de manière plus significative la manifestation sur le développement durable. Pour le reste, toujours pas de sectorisation en vue... Mais toute l'équipe est déjà au travail afin d'optimiser les parcours thématiques et améliorer la lisibilité du salon pour nos visiteurs.

Bricomag : Enfin, quels sont vos pronostics pour la saison à venir ?

Aube Jeanbart : Vous savez, dans les allées du salon, une phrase revient sans cesse chez les exposants : "on ne sait pas...". Et en effet qui peut savoir ? Il y a toujours cette fameuse inconnue qu'est la météo. Au-delà, il est évident que le secteur est fragilisé, conjoncture économique oblige ! Mais force est de constater, comme je vous le disais, que les entreprises ont su anticiper. Ce qui leur permet aujourd'hui de rebondir et d'appréhender la prochaine saison avec une relative sérénité. Au final, on constate que les sociétés qui sont restées droites dans leurs bottes en continuant à jouer la carte de la qualité malgré le recul des ventes ne sont aujourd'hui pas ou peu inquiétées. La preuve, elles sont toutes là ! ●

*Propos recueillis
par Laurent Feneau*



AQUALIFT

Jean-Noël Morand, gérant

A fond mobile !

« Depuis Batimat et le Trophée du design qui avaient récompensé l'an dernier notre système de fonds mobiles pour piscines, notre activité s'est énormément développée. Au-delà des piscines privées, les secteurs sur lesquels nos équipements rencontrent le plus de succès sont ceux de l'hôtellerie pour lequel nous proposons des équipements très haut de gamme et ceux des établissements publics à vocation médicale où nous vendons de nombreux fonds mobiles spécifiquement constitués de lames de PVC. Bref, notre produit est très performant et a déjà fait techniquement ses preuves. Il est d'ailleurs breveté ! Nous misons donc désormais plus sur l'aspect déco, un univers que nous cherchons à pénétrer notamment avec nos nouveaux fonds mobiles en céramique qui seront également présentés à Maison & Objets. Au final, nous sommes sur une progression continue, même si nous ne cherchons pas forcément les performances. Nous étions en 2007 sur un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros et devrions terminer 2008 sur un résultat de 2,5 millions d'euros. Cela nous suffit car nous souhaitons rester sur une petite structure de production et surtout ne pas à avoir à sous-traiter une partie de notre activité. Au final, notre gamme actuelle est le fruit de 13 années de travail et l'objectif pour les années à venir est de rester sur la qualité. Pour l'heure nous sommes sur 60 chantiers en simultané dont 40 à l'étranger. La prochaine saison ? Nous ne sommes inquiets ni pour la météo ni pour la conjoncture économique, notre carnet de commandes est déjà plein... »



IRRIJARDIN

Laurent Punch, responsable gestion commerciale foires et salons



Croissance sans vague

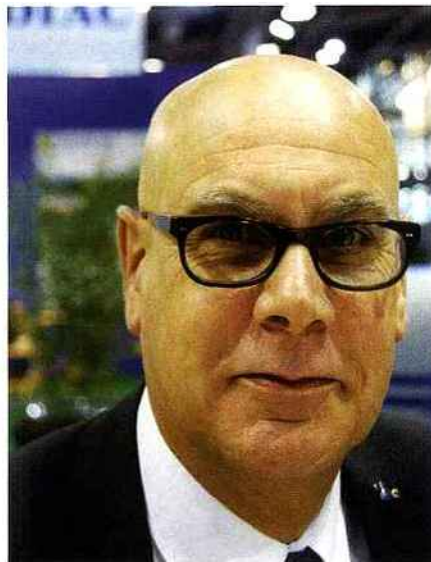
« Grâce à un réseau de franchisés qui s'agrandit un peu plus chaque année, mais également à l'e-commerce sur lequel nous misons beaucoup, nous terminons l'année 2008 sur un chiffre d'affaires en progression de 1 %, et ceci malgré un marché fortement impacté par la conjoncture économique et la météorologie très défavorable de la saison dernière. Ce résultat est principalement dû à notre politique commerciale dynamique, une présence très forte de nos équipes sur le terrain en termes de formation et de communication. Nous avons également su rebondir sur des produits répondant aux attentes des clients, comme notre gamme de pompes à chaleur, qui a été très bien accueillie. Notre forte implication sur les énergies solaires pour l'habitat nous a permis d'élargir notre portefeuille de clientèle. Au final, 2008 n'est pas une si mauvaise année. La preuve, nous terminons l'année avec 4 nouveaux magasins. Pour 2009, nous poursuivons sur ce rythme et prévoyons déjà 3 ouvertures. L'équipement des piscines représente toujours un axe important de notre développement. Nous portons beaucoup d'attention au choix des produits proposés pour l'accessorisation des bassins, mais également sur notre offre spa qui aujourd'hui représente 12 % de notre chiffre d'affaires. Bref, le fait d'être sur une distribution multi-produits (piscine, spa, arrosage et énergies renouvelables) nous permet de suivre le client sur de nombreux secteurs et d'accentuer notre notoriété au niveau national. Enfin, notre centre technique agréé, qui nous donne les moyens de tester, de vérifier nos installations et au final de satisfaire l'utilisateur, nous permet d'aller au bout de cette logique d'accompagnement du client. Ce qui est un précieux atout sur un marché aujourd'hui bousculé. »

PISCINES CHRISTINE CARON

Jean Lermite, directeur général

Objectif : croissance

« Nous n'avons sans doute pas à nous plaindre car nous faisons un salon correct compte-tenu de la conjoncture, et notre clientèle habituelle est au rendez-vous. À noter que nous ne faisons pas de "low cost", ceci explique peut-être cela... Fidèles à notre positionnement moyen et haut de gamme, nous continuons en effet à faire du bon et du beau à prix raisonnable, ce qui nous permet de nous maintenir en valeur. Par contre, nous avons perdu le volume. Pour le retrouver, il faudra du soleil, mais surtout rester dynamique et continuer à innover. C'est d'ailleurs ce que nous faisons ! De la sécurité avec un nouveau volet sous terrasse (breveté) aux spas intégrés, en passant par de nouvelles margelles, nous présentons de nombreuses innovations sur cette édition de Paris Piscine & Spas. Bref, le marché reste porteur même s'il est probable qu'une partie des entreprises du secteur est fragilisée



par la conjoncture. Pour 2009 qui ne sera vraisemblablement pas une année faste, nous comptons poursuivre sur ce rythme fort d'innovations. Au-delà, il va falloir jouer avec les conséquences de deux années météorologiquement très difficiles. En attendant le soleil, il faut donc continuer à se battre. Pour nous, cela passe par l'innovation, mais également par de nouvelles implantations. Nous avons d'ailleurs une franchise qui s'installe à Nîmes et va nous permettre de travailler sur 9 départements. Au final, tout cela nous permet d'envisager 2009 avec réalisme. L'objectif ? Tout simplement continuer à faire ce que nous savons faire, c'est à dire le « bonheur de nos clients » en

leur réalisant des piscines de qualité, pérennes, à faibles coûts d'exploitation, pour des prix d'investissement raisonnables et maîtrisés ! »

ZODIAC

Michel Reynaud, directeur commercial & marketing

De l'art de rebondir

« Comme pour tout le monde, 2008 est une année moyenne chez Zodiac. Nous terminons quand même l'année sur un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros. Pas de quoi crier au loup donc, mais nous avons tout de même tiré les leçons de cette saison difficile. Résultat, nous recentrons notre offre piscine de conception hors sol sur deux familles de produits : la piscine gonflable — produit historique de la marque — et la piscine composite qui en quatre ans a fait ses preuves et présente l'avantage certain de pouvoir être semi-enterrée voir enterrée. Ces produits offrent en effet une grande facilité de montage et proposent des caractéristiques uniques. N'oublions pas, par exemple, que notre modèle Azteck est



le seul modèle composite du marché à être composé de 65 % de bois...

Bref, nous nous réorientons sur une offre moyenne gamme fabriquée sur notre site Français. Nous misons ainsi pour 2009 sur une progression de nos ventes de 10 à 15 %. Dans l'immédiat, la prochaine saison ne s'annonce pas si mal si l'on se réfère à ce salon sur lequel nous vendons plus que l'an dernier... Au final, on se rend compte que la frilosité touche peu le consommateur. Il faut donc rebondir et surtout pas déstocker et jouer sur le prix ! Malheureusement, certains acteurs de la piscine n'hésiteront pas à le faire. Il y aura donc de la casse en 2009 et il faudra vraisemblablement attendre 2010 pour retrouver un marché assaini. »



Spa sympa...

Magiline crée l'évènement avec les nouveaux spas M'Spas. Conçues spécialement pour la détente et la relaxation, trois gammes sont proposées : 3, 5, 6 places. Au programme, balnéothérapie et hydro massage avec pas moins de 67 à 82 jets... Les trois gammes offrent un maximum de confort quelle que soit l'utilisation désirée. Bref, les meilleures performances techniques pour des équipements alliant de surcroît économie et écologie ! ■

Se poser sur l'eau ?

Slack Amphibie est un innovant fauteuil flottant. D'une grande stabilité, il apporte confort et détente sur terre comme sur l'eau. Créé pour une utilisation en piscine, en terrasse ou même en bateau, il est équipé de poignées latérales pour faciliter son déplacement ou sa mise à l'eau, ainsi que d'anneaux de sécurité pour l'attacher et surveiller les plus jeunes baigneurs. ■



LA DÉCO SUR UN PLATEAU !

Après le fond mobile multi-plateformes primé à Batimat 2007 médaille d'or du Design, Aqualift crée le fond mobile en une seule plateforme de 7 m de large et plus sur des piscines de forme libre. L'entreprise joue également la carte "déco" en proposant en association avec Cécile Barbara, des plateformes en mosaïques. Résultat, chaque fond mobile constitue un tableau unique ! ■



Vite fait bien fait

On se souvient de la piscine Azteck signée Zodiac, l'un des tout premiers bassins en bois composite sorti sur le marché il y a quelques années. Faisant toujours l'objet d'un processus de fabrication de qualité et d'une attention constante au moindre détail, ce produit unique offre désormais une dalle d'un seul tenant. Résultat, pas de travers à remblayer ! La maçonnerie est réduite au minimum et la piscine se monte en une journée au lieu de trois... ■



Histoire do... ré, mi, fa, sol

On connaissait déjà le spa musical et ses bienfaits relaxants, mais jusque-là l'eau et la hi-fi ne faisaient pas bon ménage. Heureusement, Irrijardin a pris les choses en main et voilà un tout nouveau système audio composé de deux enceintes à placer autour du bassin, celles-ci ne craignant pas l'eau. Il suffit d'envoyer la musique depuis son PC via le wi-fi... Plus aucun risque de se prendre les pattes dans les fils et de tomber la tête la première dans... l'eau. ■

