

## El mercado de Accesorios de Baño en Australia

# El mercado de Accesorios de Baño en Australia

Este estudio ha sido realizado por Karina Casas Gil  
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comer-  
cial de la Embajada de España en Sydney

Mayo 2006

## **ÍNDICE**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES</b>  | <b>5</b>  |
| <b>II. INTRODUCCIÓN</b>                       | <b>8</b>  |
| 1. Subsectores relacionados                   | 8         |
| <b>III. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>             | <b>9</b>  |
| 1. Análisis cuantitativo                      | 9         |
| 1.1. Tamaño de la oferta                      | 9         |
| 1.2. Análisis de los componentes de la oferta | 10        |
| 2. Análisis cualitativo                       | 13        |
| 2.1. Producción                               | 13        |
| 2.2. Competencia extranjera                   | 14        |
| 2.3. Obstáculos comerciales                   | 15        |
| 2.4. Proceso de solicitud                     | 16        |
| <b>IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO</b>              | <b>18</b> |
| 1. Análisis cuantitativo                      | 18        |
| 1.1. Canales de distribución                  | 18        |
| 1.2. Esquema de la distribución               | 19        |
| 1.3. Principales distribuidores               | 19        |
| 2. Análisis cualitativo                       | 20        |
| 2.1. Estrategias de canal                     | 20        |
| 2.2. Tendencias de la distribución            | 20        |
| <b>V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b>              | <b>21</b> |
| 1. Tendencias generales del consumo           | 21        |
| 1.1. Factores sociodemográficos               | 21        |
| 1.2. Factores económicos                      | 24        |
| 1.3. Tendencias sociopolíticas                | 25        |
| 2. Análisis del comportamiento del consumidor | 27        |
| 2.1. Hábitos de consumo                       | 27        |
| 2.2. Hábitos de compra                        | 30        |
| 2.3. Preferencias                             | 30        |
| 3. Percepción del producto español            | 31        |
| <b>VI. EVENTOS RELACIONADOS DEL SECTOR</b>    | <b>32</b> |

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Ferias                                       | 32        |
| 2. Revistas especializadas del sector           | 33        |
| 3. Asociaciones de interés                      | 34        |
| 4. Informes de ferias                           | 34        |
| 5. Listado de direcciones de INTERÉS            | 35        |
| 6. Bibliografía                                 | 47        |
| <b>VII. ANEXOS</b>                              | <b>48</b> |
| <b>VIII. VISITAS A TIENDAS Y DISTRIBUIDORES</b> | <b>59</b> |

### **I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES**

El sector de accesorios de baño presenta en Australia unas características especiales debido a la desigualdad de la distribución de su población, la escasez de recursos hídricos y su lejanía con el mercado europeo. A esto hay que añadir el hecho de que los australianos prefieren en su mayoría, residir en viviendas unifamiliares, de corte anglosajón, frente a la tendencia europea de vivir en apartamentos o bloques de pisos. En consecuencia, el canal contract no tiene tanta importancia como en otros países, donde el ciudadano compra su apartamento con todos los complementos ya incluidos.

En segundo lugar, Australia está muy cerca de gigantes industriales tales como China, Indonesia, Taiwán... con costes laborales muy por debajo de la media europea. Esta cercanía geográfica conlleva una reducción significativa en el apartado de transporte. En cuanto a precio, el producto español no puede competir con artículos procedentes de estos países, por lo que hay que decidirse por un producto de calidad y diseño.

Con respecto a la competencia de países del ámbito europeo, los principales rivales son Alemania e Italia. Es cierto que hay compañías de otros países tales como Turquía o Dinamarca, pero su presencia es minoritaria en comparación con las anteriores. El producto español es, en su mayoría, desconocido y no existe una imagen de marca en el mercado.

Otro aspecto a destacar en el mercado australiano de accesorios de baño es la existencia de una extensa regulación al respecto. Esta regulación es fruto de la preocupación del gobierno australiano ante la escasez permanente de recursos hídricos. La nueva legislación entrará en vigor el 1 de julio de 2006 y atañe de forma específica a grifería y duchas.

Por último, si bien existe una clara tendencia hacia un mayor número de baños en las viviendas australianas y un mayor interés en su renovación en viviendas de segunda mano, el baño todavía ocupa un segundo lugar en cuanto a las preferencias del australiano medio. La cocina es la habitación preferida a la hora de ponerse a renovar la casa.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

En resumen, estas son algunas de las principales características de este estudio:

- Un mercado con un fuerte crecimiento en el sector de la construcción pero concentrado de forma desigual entre los distintos estados. Queensland y Western Australia tienen un fuerte crecimiento mientras que Nueva Gales del Sur está estancado.
- Si bien la competencia en el sector del agua recae en el Gobierno federal, hay que destacar el papel de los estados a la hora de desarrollar la normativa. Australia sigue una organización de corte federal, dotando de grandes competencias a los distintos estados. Los estados, por otro lado, son libres a la hora de garantizar unos servicios y proteger sectores de carácter estratégico como el agua o la energía.
- El baño, aunque ha ganado en importancia, sigue siendo una habitación secundaria frente a otras a la hora de repartir el presupuesto familiar.
- Una gran concentración en la distribución del producto, con cuatro principales jugadores en el mercado.
- Una industria local fuertemente enraizada, con un producto bastante competitivo.
- Se asocia de forma clara producto europeo con calidad y diseño. No existe, sin embargo, conocimiento del producto español.
- Mayor endurecimiento de las normas que regulan este mercado para adaptarse a las nuevas tendencias de legislación medioambiental.
- La población de mayor edad tiende a ser propietaria de la vivienda. Por ello, tienden a gastar más y a comprar accesorios que le faciliten la vida, especialmente en el baño.
- La gran influencia que ejerce el logo “Made in Australia” en la industria. El mercado conoce el miedo de los australianos al outsourcing de trabajos a los países asiáticos que forman parte del Hinterland australiano. Es por ello que muchos negocios emplean la etiqueta de “Made in Australia” como una forma de proteccionismo de bandera. Incluso marcas de origen extranjero como Azzurra, emplean en su etiqueta el logo para poder destacar su imagen entre las demás marcas de origen europeo.

En resumen, respecto a la producción española podemos concluir lo siguiente:

- La economía australiana goza de una gran estabilidad, sin grandes variaciones en el futuro, propio de un país desarrollado.
- Si bien la vivienda experimentó un gran auge en el pasado, en la actualidad, el mercado de la construcción se encuentra en estados clave como Nueva Gales del Sur o Victoria estancado.
- El endurecimiento de la normativa a seguir por regulación medioambiental complica el acceso al mercado a productos extranjeros.
- El principal obstáculo para las empresas españolas es el desconocimiento de su producto en el mercado local.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

- No obstante, un producto de calidad y diseño, que apueste por su comercialización en Australia y cumpla con las normativas referentes a su categoría, es susceptible de encontrar un lugar en el mercado.

En el último año, ha aumentado el interés de distintas empresas en aumentar su presencia en el mercado australiano. En concreto, les gustaría emplear su presencia en Australia con el objeto de facilitar una posterior penetración en mercados más pequeños, pero que ellos consideran de mayor potencial. Un ejemplo claro son las islas Fiji, dónde turismo demanda unas instalaciones de calidad.

## II. INTRODUCCIÓN

El objeto de este estudio es conocer la situación del mercado de accesorios de baño con el fin de familiarizar a las empresas españolas que desean exportar a Australia con el mismo. Es importante destacar que existe una significativa presencia de productos de bajo coste de países como China y su popularidad entre los consumidores. Por otro lado, es interesante conocer la evolución de este mercado tras la entrada en vigor de nuevas medidas que condicionan el uso del agua y que se verán trasladadas a sectores tan cercanos como el del baño. En consecuencia, se esperan cambios debido a que todas aquellas empresas que deseen exportar, deben adaptarse a los nuevos standards que imponga el gobierno australiano.

### 1. SUBSECTORES RELACIONADOS

A la hora de hacer este estudio nos hemos centrado en sectores muy específicos del ámbito del baño como son los de la grifería y los sistemas de ducha, frente a la posibilidad de un estudio que abarcase más artículos pero de menor calidad informativa. A continuación se expone una relación de los productos incluidos en los diferentes grupos, según la división TARIC en partidas arancelarias:

- **Grifería sanitaria:**
  - **84818011** Mezcladores, reguladores de agua caliente
  - **84818019** Los demás artículos de grifería y órganos similares
  
- **Sistemas de ducha:**
  - **39221000** Bañeras, duchas, fregaderos (piletas de lavar) y lavabos
  - **84248920** Aparatos mecánicos (incluso manuales) para proyectar, dispersar o pulverizar materias líquidas o en polvo.
  - **84248930** Aparatos mecánicos (incluso manuales) para proyectar, dispersar o pulverizar materias líquidas o en polvo.
  - **84248995** Aparatos mecánicos (incluso manuales) para proyectar, dispensar o pulverizar materias líquidas o en polvo

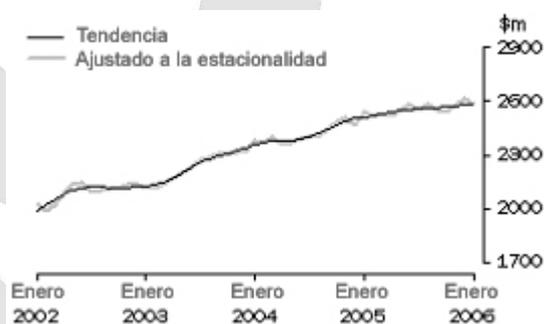
### III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

#### 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

##### 1.1. Tamaño de la oferta

Es muy difícil encontrar datos exactos el volumen del mercado de grifería y accesorios de baño en Australia. Las cifras que figuran a continuación son meramente orientativas ya que las autoridades australianas no tienen apartados específicos que incluyan estos artículos. En consecuencia, en este análisis se recogen datos tanto del sector minorista como del mayorista, con vistas a proporcionar un escenario más detallado.

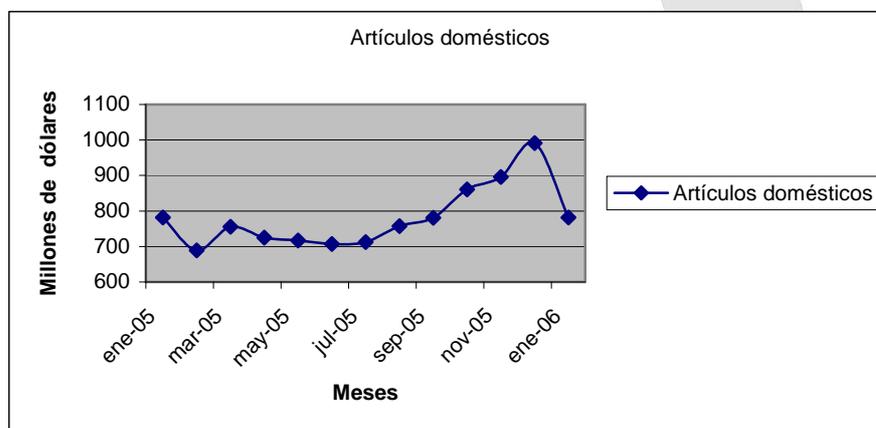
En cuanto al sector minorista, los datos que nos proporciona Estadísticas de Australia ([www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au)) indican un aumento moderado pero constante del volumen de negocio. No hay que olvidar que el sector de accesorios para casa tal como está establecido por el ANZSIC( Código arancelario de Australia y Nueva Zelanda, similar al Taric Español), engloba términos tan dispares como muebles, azulejos y música. En todo caso, pese a su escasa representatividad, es interesante ver su evolución.



Fuente: ABS-Comercio minorista.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

De forma más particular, un subgrupo del sector de accesorios en el mercado minorista nos proporciona los siguientes datos:



Fuente: ABS- Comercio minorista, Enero 2006

Así, podemos ver como el sector de artículos domésticos ha aumentado en los últimos meses, aunque en líneas generales, se mantiene en unos parámetros muy estables entre 600 y 1000 millones de dólares australianos.

Con respecto al sector mayorista, las cifras que nos proporcionan Estadísticas de Australia datan del 98-99, con lo cual están bastante desfasadas. Nada más indicar que el volumen de ventas que alcanzo el apartado de artículos de hogar/ domésticos fue de 1.314,2 millones de dólares australianos.

### 1.2. Análisis de los componentes de la oferta

En este apartado se analizan las importaciones extranjeras que realiza Australia con el objeto de conocer el alcance que tienen los productos foráneos en este mercado. Haremos el análisis siguiendo las categorías en las que hemos basado nuestro estudio.

#### 1.2.1 Artículos de grifería

Con respecto al apartado de grifería, es necesario destacar la presencia de productos de los grandes países industriales de la zona. Otra nota a destacar es el liderazgo abrumador de los productos estadounidenses en el sector del grifo. No obstante, es relevante ver que un producto de calidad como es el europeo, está bien representado, ocupando los puestos tercero, cuarto y quinto respectivamente.

#### Importaciones Australianas de Grifería, partida arancelaria 84818011 (en dólares australianos)

|   | País           | 2001 | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   |
|---|----------------|------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Estados Unidos | -    | 218,88 | 208,31 | 195,79 | 200,86 |
| 2 | China          |      | 38,74  | 59,10  | 58,42  | 75,63  |
| 3 | Italia         |      | 66,68  | 76,50  | 77,31  | 78,75  |
| 4 | Alemania       |      | 68,48  | 75,72  | 92,50  | 89,03  |
| 5 | Reino Unido    |      | 42,04  | 43,89  | 44,88  | 43,46  |

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

|    |               |       |       |       |       |       |
|----|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 6  | Japón         | 49,22 | 46,87 | 47,45 | 47,66 | 45,74 |
| 7  | Singapur      | 15,83 | 33,68 | 10,55 | 30,78 | 37,31 |
| 8  | Taiwán        | 25,49 | 24,70 | 24,92 | 21,94 | 24,86 |
| 9  | Corea del Sur | 7,23  | 6,80  | 12,20 | 15,63 | 21,60 |
| 10 | Nueva Zelanda | -     | 20,71 | 20,10 | 18,92 | 20,43 |
| 16 | España        | 5,07  | 7,51  | 14,08 | 9,73  | 12,13 |

Fuente: World Trade Atlas

Los productos españoles ocupan la posición 16, aumentando lentamente en estos cinco años. Ante la introducción de nuevas normativas en este sector, habrá que esperar para ver como reacciona la competencia extranjera y nacional ante estas normas. La siguiente tabla muestra un panorama más favorable para los productos españoles, aunque en líneas generales, reflejan los mismos datos que la anterior: aumento espectacular de los productos de China y liderazgo indiscutible de Estados Unidos.

### Importaciones Australianas de los demás Artículos de Grifería, partida arancelaria 848180 (en dólares australianos)

|    | País           | 2001  | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   |
|----|----------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 1  | Estados Unidos | -     | 163,56 | 149,07 | 142,01 | 149,19 |
| 2  | China          | 29,10 | 46,47  | 43,65  | 58,11  | 66,45  |
| 3  | Italia         | 51,29 | 57,97  | 61,63  | 61,60  | 63,67  |
| 4  | Alemania       | 52,26 | 61,15  | 74,59  | 67,25  | 61,19  |
| 5  | Reino Unido    | 27,31 | 27,92  | 29,95  | 30,67  | 52,79  |
| 6  | Japón          | 39,07 | 35,80  | 35,97  | 37,58  | 36,03  |
| 7  | Singapur       | 7,53  | 20,64  | 7,75   | 27,27  | 32,45  |
| 8  | Corea del Sur  | 6,47  | 5,84   | 11,03  | 14,57  | 19,85  |
| 9  | Taiwán         | 18,98 | 17,13  | 18,57  | 17,29  | 19,13  |
| 10 | Nueva Zelanda  | -     | 11,91  | 12,22  | 10,77  | 12,27  |
| 12 | España         | 4,45  | 6,94   | 13,60  | 9,20   | 11,34  |

Fuente: World Trade Atlas

### 1.2.2 Duchas

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

Con respecto a este apartado, destacar que el volumen de negocio es mucho menor que el de la grifería. Se producen además diferencias notables sobre la posición de los distintos países en la tabla. No obstante, en este apartado entran los siguientes artículos como bañeras, fregaderos y lavabos así que hay que analizar los datos de forma cuidadosa. En general, hay que destacar el liderazgo de China y la presencia de países europeos como Dinamarca, Polonia o los Países Bajos. España ocupa un discreto duodécimo lugar. La evolución de productos de calidad ha experimentado un fuerte descenso con la excepción de Italia, aunque podría tratarse de un hecho aislado.

### Importaciones Australianas de Bañeras, duchas, lavabos, partida arancelaria 392210 (millones de dólares australianos)

|    | País           | 2001 | 2002 | 2003  | 2004  | 2005 |
|----|----------------|------|------|-------|-------|------|
| 1  | China          | 0,81 | 1,44 | 4,05  | 7,58  | 9,28 |
| 2  | Nueva Zelanda  | -    | 7,85 | 10,18 | 11,12 | 8,74 |
| 3  | Alemania       | 0,85 | 1,27 | 1,46  | 2,15  | 2,02 |
| 4  | Italia         | 0,90 | 1,55 | 1,53  | 1,55  | 1,97 |
| 5  | Malasia        | 0,25 | 0,37 | 0,43  | 0,90  | 1,46 |
| 6  | Dinamarca      | 1,18 | 1,05 | 1,14  | 1,34  | 1,23 |
| 7  | Estados Unidos | -    | 1,05 | 1,14  | 1,40  | 1,14 |
| 8  | Polonia        | 0,01 | 0,03 | 0,12  | 0,81  | 1,11 |
| 9  | Países Bajos   | 0,42 | 0,49 | 0,79  | 0,84  | 0,93 |
| 10 | Reino Unido    | 0,87 | 1,01 | 0,95  | 1,20  | 0,89 |
| 12 | España         | 0,08 | 0,22 | 0,30  | 0,37  | 0,43 |

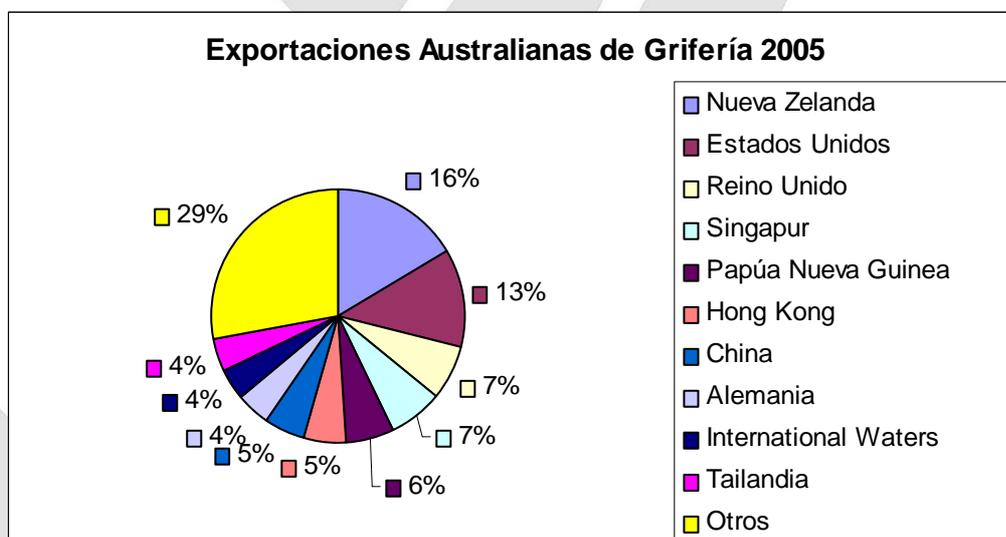
Fuente: World Trade Atlas.

### 2. ANÁLISIS CUALITATIVO

#### 2.1. Producción

El mercado australiano ha demostrado estar muy fragmentado en su composición, como analizaremos más adelante, productores, distribuidores y agentes se mezclan sin poder establecer una clara línea divisoria. Las principales compañías australianas de grifería son principalmente Caroma, Dorf y Accent internacional. Las dos primeras pertenecen al mismo grupo y están presentes en numerosas tiendas y distribuidores. Desafortunadamente, no hay estudios ni estadísticas que nos permitan conocer la cuota de mercado de cada una de las empresas. No obstante, y con la escasa información disponible podemos establecer líneas generales del mercado australiano.

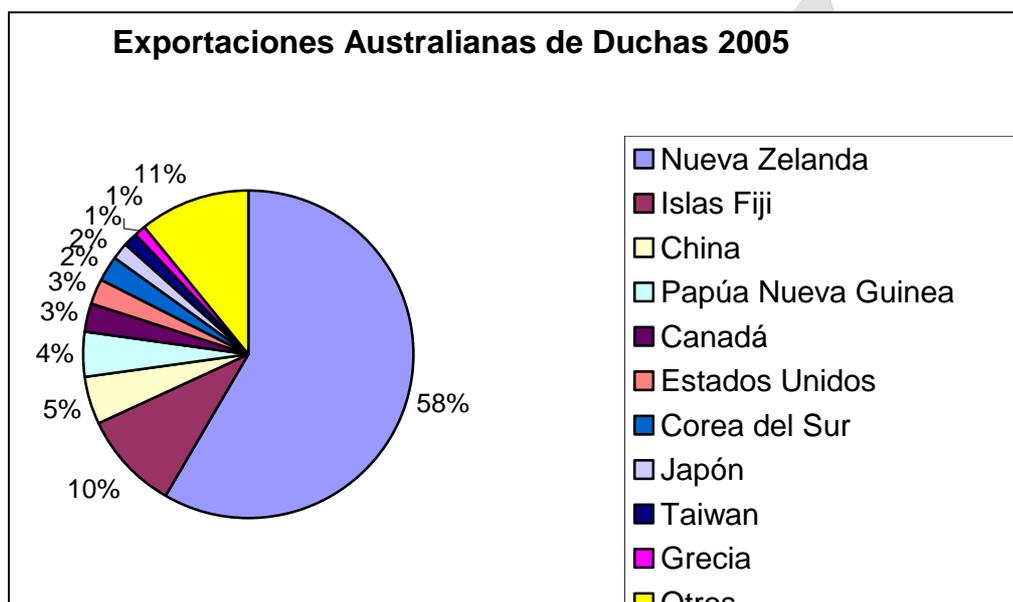
Las exportaciones australianas de grifería son, en comparación con las importaciones, de menor cantidad. Un análisis más profundo sobre el destinatario de estos productos nos demuestra que la gran mayoría son países del entorno asiático.



Fuente: World Trade Atlas.

En general, los países son de un nivel adquisitivo medio-bajo, salvo la excepción de Nueva Zelanda. El grupo de “otros” agrupa al resto de países cuyo nivel de exportaciones es mínimo. Esta tendencia se acentúa si miramos los destinatarios de las exportaciones de duchas y baños, como nos muestra el cuadro siguiente:

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA



Fuente: World Trade Atlas

En general, podemos concluir que las empresas australianas abastecen el mercado interno y sus áreas de influencia. Como ya hemos señalado, el volumen de exportación australiano es mucho menor que el de importación. Esto explica porque fabricantes australianos como Accent International también lleven otras marcas y actúen como exportadores. Gran parte de la responsabilidad de la entrada en vigor de nuevas regulaciones en este ámbito ha sido gracias a la influencia de empresas tan importantes como Caroma. El resto de la producción nacional se encuentra bajo el patrocinio de las empresas distribuidoras, que aprovechan su posición en el mercado para establecer sus propias líneas de producción. Así, por ejemplo, la marca de grifería de Tradelink es Raymor Tapware y la de Reece es Sussex Tapware. No obstante, estos productos son de rango medio y no constituyen la oferta estrella de ambas tiendas, sino que lo ofrecen como algo complementario.

### 2.2. Competencia extranjera

La presencia de importaciones en Australia es claramente visible. Prácticamente, no hay cadena de distribución que no cuente con la presencia de uno u otro de estos productos. En particular, destaca el dominio de la marca estadounidense Kohler, lo cual concuerda con la hegemonía de este país en el apartado de importaciones. Con respecto a los productos de procedencia europea, los productos alemanes son muy valorados ya que para los consumidores representa calidad y seguridad. Las marcas con presencia más extendida en Australia son Grohe y HansGrohe, en un sector de mercado de precio alto. Hay otras compañías alemanas como Hansa, pero su cuota de mercado es menor.

Entre los productos de origen italiano, hay una variedad de firmas que están asentadas en el mercado australiano, algunas incluso publicitan que producen aquí sus artículos y resaltan este factor con una etiqueta "Australian made" en sus folletos. Un ejemplo de esto es la compañía Azzurra o Novelli. El resto de las compañías como La Torre o Parisi utilizan importadores para comercializar sus productos en Australia.

### **2.3. Obstáculos comerciales**

A partir del 1 de julio de 2006 entrará en vigor una legislación que endurecerá la entrada de productos extranjeros en el mercado Australiano. En concreto, todos los productos susceptibles de tener un uso masivo de agua tendrán que ajustarse a la normativa “Water Efficiency Labelling Scheme”, de forma obligatoria a partir del 1 de julio del 2006. El objetivo de la nueva normativa es ahorrar agua en un país con sequía endémica. La normativa AS/NZS 6400:2005 se aplica a los siguientes productos:

1. Duchas
2. Lavavajillas
3. Lavadoras
4. Accesorios del aseo
5. Urinarios
6. Grifería
7. Reguladores de chorro

#### **2.3.1 Duchas**

La nueva normativa sólo es aplicable a aquellas duchas de uso personal tal como aparecen catalogadas en la normativa AS/NZ 3662, que era la anterior normativa reguladora sobre duchas. Es decir, gran parte de la nueva normativa se rige por la anterior norma, a la cual le suma los siguientes criterios:

- 0 Estrellas: Chorro mayor de 16 litros por minuto/ No cumple los requisitos
- 1 Estrella: Chorro mayor de 12 litros por minuto pero menor de 16 L/m
- 2 Estrellas: Chorro mayor de 9 litros por minuto pero menor de 12L/m
- 3 Estrellas: Chorro mayor de 7.5 litros por minuto pero menor de 9L/m
- 4 Estrellas: No existe en la actualidad
- 5 Estrellas: No existe en la actualidad
- 6 Estrellas: No existe en la actualidad

Con respecto a su empaquetado y etiquetado, la ducha y su embalaje deben ir etiquetados con el logo que los clasifique en la escala de ahorro de agua de la nueva normativa, así como con la homologación que acredite que también cumple con la norma AS/NZS 3662.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **2.3.2 Grifería**

La normativa también atañe al sector de la grifería. En este término se incluye cualquier grifo sin tener en cuenta el mecanismo de funcionamiento (definido según el standard AS/NZS 3718). Así mismo, esta categoría excluye los grifos que se encuentran en las duchas. La nueva normativa clasifica a los grifos siguiendo la clasificación detallada a continuación:

- 0 estrellas: : Chorro mayor de 16 litros por minuto/ No cumple los requisitos necesarios
- 1 Estrellas: Chorro mayor 12 litros por minuto pero menor de 16 L/m
- 2 Estrellas: Chorro mayor de 9 litros por minutos pero menor de 12 L/m
- 3 Estrellas: : Chorro mayor de 7.5 litros por minuto pero menor de 9 L/m
- 4 Estrellas: Chorro mayor de 6 litros por minuto pero menor de 7.5 L/m
- 5 Estrellas: Chorro mayor de 5 litros por minuto pero menos de 6 L/m
- 6 Estrellas: : Chorro menor de 4.5 litros por minuto.

Con respecto al etiquetado y embalaje, las normas que rigen los grifos son más estrictas que las anteriores. En general, son las siguientes:

1. Los grifos deben contar con la etiqueta que certifique su homologación en cuanto ahorro de agua.
2. Deben identificar su uso final
3. Contar con la etiqueta que cumple con la normativa AS/NZS 3718
4. Si no forman parte de un conjunto de accesorios, deben de proporcionar una lista de sus componentes y las instrucciones para su ensamblaje.

### **2.4. Proceso de solicitud**

Las solicitudes se pueden presentar bien vía electrónica en [www.waterrating.gov.au](http://www.waterrating.gov.au) o bien vía correo en la siguiente dirección:

Wells Regulator

Department of the Environment and Heritage

GPO Box 787

Canberra ACT 2601

El procedimiento de registro es el siguiente:

1. Una muestra del producto es analizada para ver si cumple con la normativa en un laboratorio aprobado por el Consejo Regulator.
2. Se envía la solicitud así como la documentación necesaria al Consejo Regulator
3. El Consejo estima si se cumplen los requisitos

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

4. Finalmente, el Consejo envía una carta informando de lo siguiente:
- Si la solicitud cumple con la legislación vigente;
  - La clasificación del producto según la normativa la normativa nueva;
  - Si la solicitud es aprobada, el número de licencia del solicitante;
  - Las condiciones en las cuales puede participar en la normativa.

El proceso de solicitud tiene un coste aproximado de 1.500 dólares australianos. No obstante, esto sólo es el precio de la inscripción en el registro del gobierno, los gastos de certificación del laboratorio contratado corren por cuenta del solicitante. La grifería tiene un proceso más largo y complicado ya que se considera un producto de algo riesgo. En el caso de la grifería el proceso de registro puede durar de tres a seis meses y tanto el importador como el productor deben estar al corriente de todo el procedimiento. El proceso de registro para las duchas es más sencillo y en dos semanas, si el producto cumple con los requisitos, se puede completar el mismo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Según la normativa AS 5200/MP52

# IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Canales de distribución

La primera característica a destacar en cuanto al canal de distribución es la inexistencia de líneas claras que diferencien a un importador de un minorista. En este sentido, los papeles se confunden y no es extraño encontrar tiendas, que a título individual, venden al público, importan y a su vez, distribuyen ese producto a otras tiendas. Esto se repite en el “canal contract”; este término define la venta de grandes volúmenes a constructores o a arquitectos. Se trata pues de un volumen de negocios nada desdeñable.

Con respecto a los canales de distribución, señalar que se ha mantenido en su forma tradicional y que la llegada de las nuevas tecnologías como Internet no ha supuesto ningún cambio en la venta. No obstante, Internet sí ha actuado facilitando la divulgación de la oferta y el consumidor se encuentra así más informado sobre donde y como encontrar información. En general, podemos señalar los siguientes canales de distribución:

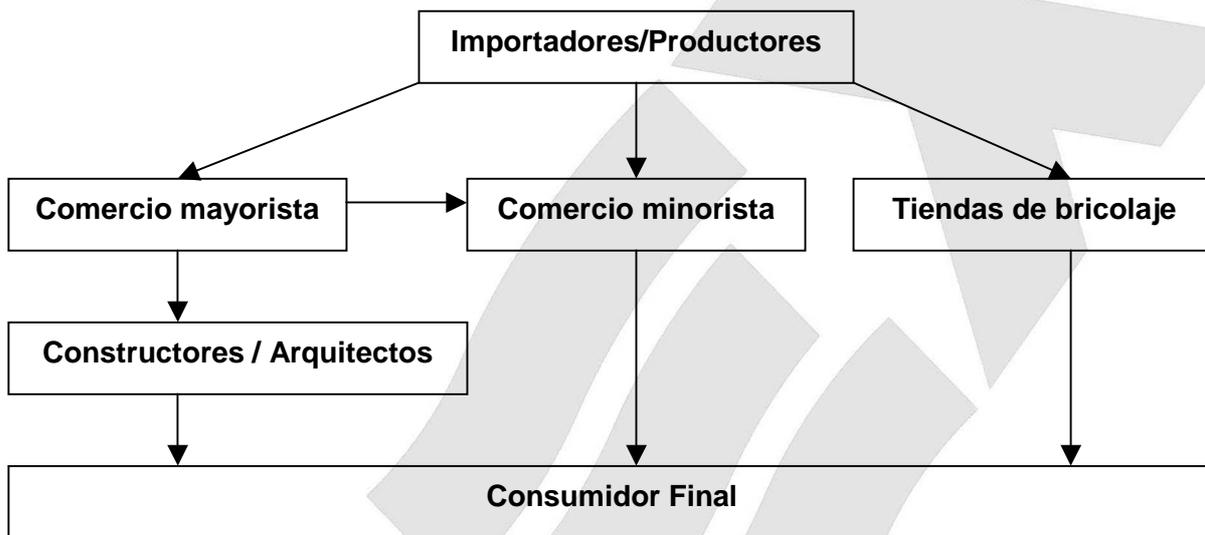
- Comercio mayorista especializado: Se dedican a la venta a arquitectos, constructores, diseñadores y a otras tiendas. Suelen tener sus oficinas en las afueras de las ciudades, con grandes almacenes. Cuentan con salas de exposición, donde están expuestas las distintas marcas que tienen a la venta. A estos establecimientos puede acceder el público en general pero no es lo usual ya que su objetivo es vender grandes volúmenes de producto.
- Comercio minorista especializado: Suele llevar tres o cuatro marcas distintas con el objeto de dar al consumidor una selección amplia de productos. Son tiendas pequeñas pero con personal especializado cuyo punto fuerte es el trato personal al cliente. Algunas de estas tiendas también realizan algo de importación, normalmente como segunda actividad bien para venderlo ellos allí o para venderlo a otras tiendas también.
- Tiendas de bricolaje: son lo que en inglés se denomina DIY y son muy populares entre los australianos. Se especializan en toda clase de productos para la casa o el jardín., son el equivalente australiano a las ferreterías españolas. Así, venden artículos para la cocina, baño, pequeños muebles etcétera. Con respecto al sector de la grifería, distribuyen normalmente material de gama baja destinado a aquellos consumidores que quieren cambiar algo muy específico en su baño, sin emplear demasiado presupuesto en ello. En este apartado también entrarían grandes superficies tipo IKEA, que venden también accesorios.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

---

### 1.2. Esquema de la distribución

Como ya hemos expuesto con anterioridad, es difícil establecer el límite entre los distintos canales, pero de manera general podemos establecer que los principales rasgos del canal de distribución en el sector de accesorios de baño es el siguiente:



Fuente: Elaboración propia

Es un canal, en principio, bastante corto y sencillo. El principal protagonista del mismo son los distribuidores y a que ellos tienen la posibilidad de llegar a un mayor número de posibles clientes. Cuentan, además, con una red de distribución nacional así que abarcan todos los estados mientras que los especialistas se encuentran limitados al ámbito local.

### 1.3. Principales distribuidores

El mercado de contract y de minoristas está repartido entre las cinco compañías más representativas. Venden principalmente a tiendas, arquitectos o constructores, aunque también de forma ocasional al consumidor final. Estas son las principales:

- Reece Plumbing
- Tradelink Plumbing
- Plumbing Plus
- Plumbtec
- Harvey Norman

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

En cuanto al mercado del bricolaje, las cadenas más representativas son las siguientes:

- Mitre 10
- Bunnings
- Dansk

Si se desea más información sobre las empresas, se puede acudir al listado de direcciones de interés.

## **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

### **2.1. Estrategias de canal**

En general, es difícil acceder al mercado australiano. Las grandes compañías ya están firmemente asentadas. El público y los agentes los conocen y saben como va a responder en temas como servicios postventa o garantías. Las nuevas regulaciones han aumentado el recelo de los distribuidores ante la posibilidad de establecer lazos comerciales con nuevas empresas. Para acceder a este mercado tan restringido es necesario realizar un esfuerzo por parte de la empresa para dar a conocer el producto. Entre estas actividades destacamos la publicación de anuncios en revistas especializadas y sobre todo, la asistencia a ferias.

Las ferias australianas son de un marcado carácter local; su extensión es muy reducida, pero en ella suelen estar presente las principales marcas del sector. Las ferias representan un buen escenario tanto si se quiere apoyar la distribución por parte de un agente como si lo que se pretende es dar a conocer el producto.

### **2.2. Tendencias de la distribución**

Las nuevas tecnologías no han tenido ningún impacto en el sector de accesorios. No obstante, su implantación ha dotado de mayor información a los consumidores, lo que les permite comparar precio y calidad de la oferta antes de hacer la compra. La existencia de páginas web donde las tiendas exponen sus productos ha doblado el efecto de competición en el mismo.

Con respecto al número de empresas de distribución que operan en Australia, se puede concluir que siguen la lógica de los países desarrollados, donde la concentración de empresas es cada vez mayor. Se trata de un mercado cerrado, característico de un sector maduro.

# V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

### 1.1. Factores sociodemográficos

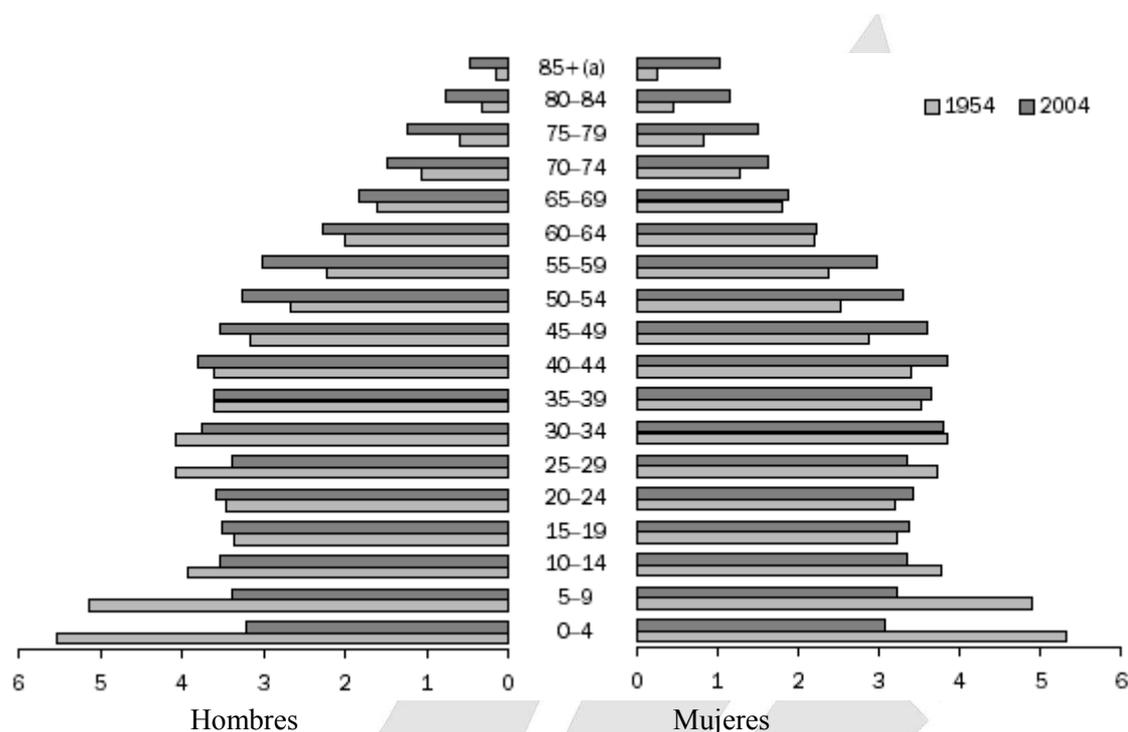
La población estimada de Australia en Junio del 2004 sobrepasa de forma escasa los 20 millones de habitantes (20.1 millones), con un incremento del 1.2 % con respecto al año anterior. Su tasa de crecimiento es de 1.2%, característica de un país desarrollado. La población no se reparte de forma homogénea y hay grandes diferencias entre los Estados. Si bien Victoria y Nueva Gales del Sur siguen siendo los Estados más poblados de la isla, hay una tendencia continuada a una pérdida paulatina de población frente a otros estados como Queensland y Western Australia cuyo crecimiento puede ser interesante en el futuro.

En cuanto a las tendencias demográficas; Australia se ha incorporado de forma tardía a las tendencias de envejecimiento de la población con respecto a otros países de su entorno. Esto se refleja en la pirámide poblacional que empieza a perder su tradicional forma. La balanza demográfica australiana se basa en el crecimiento natural más que en la presión migratoria ya que ésta tiene un carácter bastante más volátil. En concreto, dos tercios del crecimiento se asientan en el crecimiento vegetativo de la población. Esta pirámide todavía está muy alejada de las pirámides poblacionales europeas, donde nos encontramos con pirámides poblaciones invertidas. En general, podemos afirmar que Australia se encuentra en un momento de transición.

Las causas de este escaso crecimiento se basan en un mayor retraso a la hora de formar familia y en la baja fertilidad de las mujeres. A su vez, este fenómeno ha coincido con un aumento en la esperanza de vida. Por ejemplo, el grupo de 85 años o más ha aumentado en un 114% en las últimas dos décadas, lo que nos da una idea de su creciente importancia en la pirámide demográfica. La siguiente tabla demográfica nos muestra de forma clara las tendencias demográficas del país Australiano y como se orienta sin lugar a dudas, a los patrones de los países occidentales.

Distribución de la población en los años 54/04

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA



Fuente: ABS estadísticas

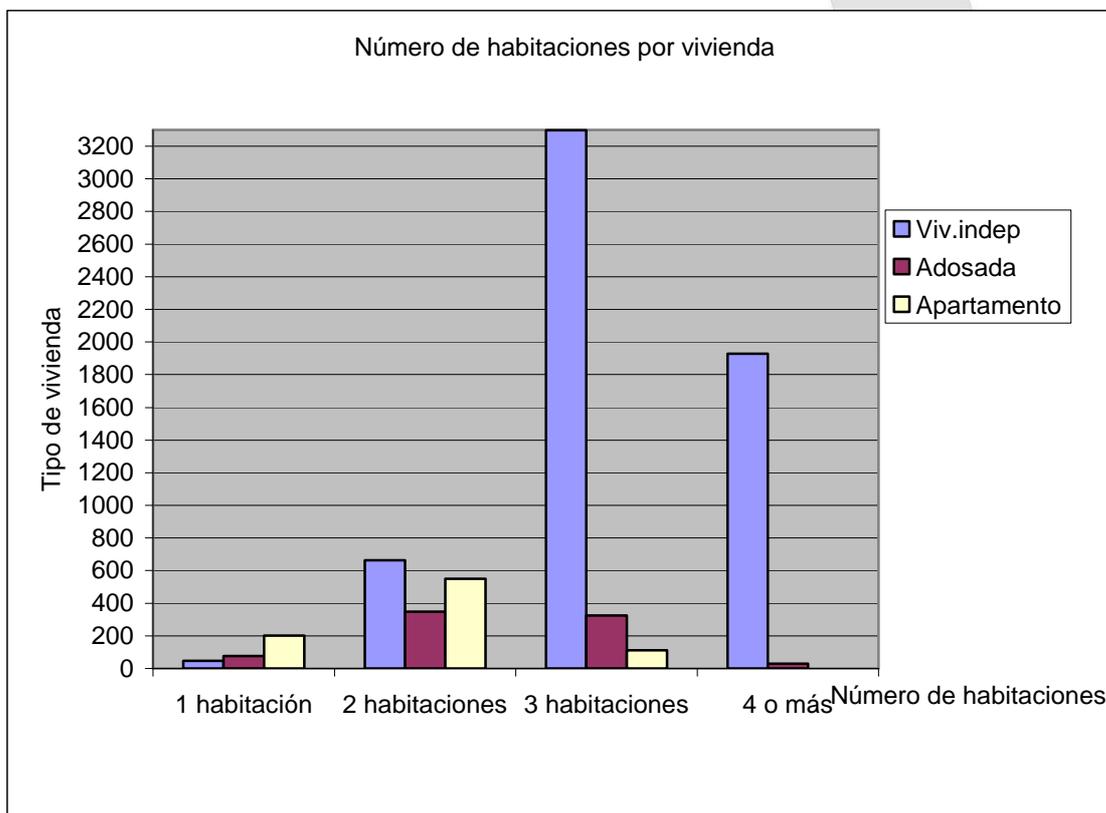
Esta tendencia demográfica tiene dos consecuencias directas:

- A más edad, aumenta el número de propietarios de viviendas, lo que significa una mayor tendencia a comprar productos de calidad y un mayor cuidado de la residencia. Un 85% de este segmento de la población es propietaria de su vivienda.
- Ante una población anciana, aparece una demanda de productos de baño que permita una mayor independencia y calidad de vida. Así, empresas como Reece ya han lanzado su primera muestra de productos para los incapacitados y futuros dependientes.

El tipo de vivienda más popular en Australia es el de casa individual. El 78% de las viviendas se pueden clasificar en este apartado. Apartamentos, adosados etc....componen el segundo sector más importante con el 11% del total. No hay cifras disponibles que nos indiquen el número aproximado de baños en las viviendas Australianas, así que solo disponemos de estimaciones. Si hay, no obstante, estadísticas con

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

respecto al número de habitaciones que es bastante elevado: un 49% de las viviendas cuenta con 3 habitaciones, un 26% tiene cuatro o más habitaciones y tan sólo un 21% cuenta con 2 habitaciones.

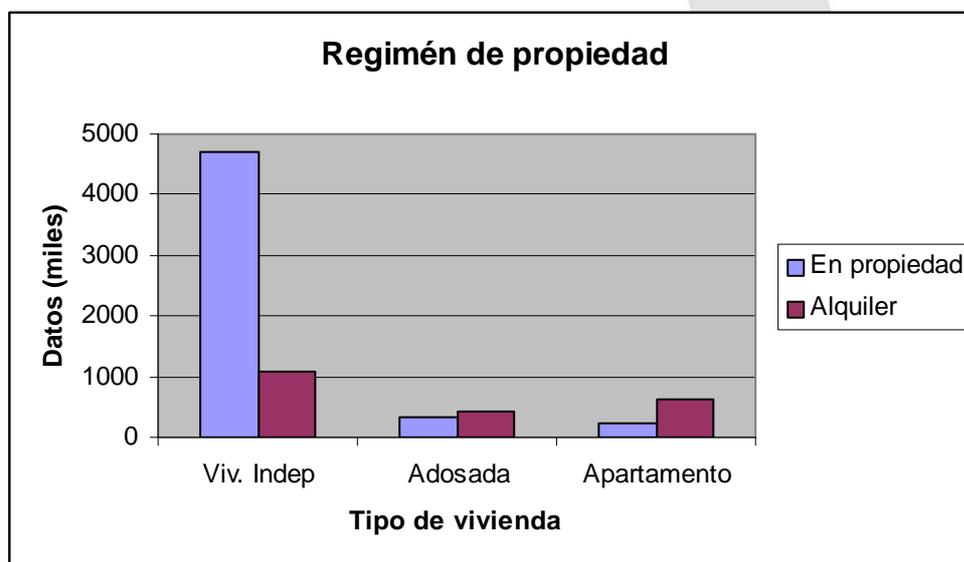


Fuente: Estudio de HIA

Con respecto a la propiedad de la vivienda, del total de 7.6 millones de domicilios, un 69% eran propietarios de la misma y un 27% era arrendatario de un arrendador privado o de alguna de las agencias públicas. El gráfico muestra de forma clara la estructura de la propiedad en Australia. De

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

nuevo, a mayor edad, más porcentaje de la población es dueña de su vivienda. Este fenómeno poblacional ha dado lugar a la aparición de casas de retiro de las cuales se cuentan unas 62.570 según cifras del 2001



Fuente: Estudio de HIA

Esta estructura de la propiedad condiciona el grado de inversión en el mobiliario de la casa, ya que un propietario tiende a invertir más en los complementos con los equipará su futura vivienda. Se puede concluir que en el futuro, el mercado de accesorios para la tercera edad irá en aumento y será un mercado con mayor renta disponible

### 1.2. Factores económicos

Según el estudio de HIA ([www.buildingonline.com.au](http://www.buildingonline.com.au)) los datos sobre la construcción de nuevas viviendas y de renovación en el año 04/05 indican una caída de un 3% sobre la época anterior. Esto indica un ligero frenazo del mercado aunque hay que señalar que acabamos de cerrar un ciclo de expansión en el sector de la vivienda debido a intereses bajos-aunque más altos que los europeos-, aumento en la confianza de los consumidores y un aumento en la emigración tanto para el mercado de la vivienda como la renovación.

La población determina de forma natural el aumento o la caída de la demanda en el número de viviendas. Según el informe de Ibisworld sobre construcción en Australia de 2005, la proporción de

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

habitantes viviendo en Queensland ha aumentado de media un 2.1% por año en los últimos cinco años. Le sigue en el ranking Western Australia con un 1.4%, seguido de cerca por el estado de Victoria, con un 1.2% anual.

Esta pequeña desaceleración del 3% en el mercado de la vivienda no ha sido uniforme en toda Australia sino que se ha notado más en aquellas áreas donde la vivienda es más cara: así la caída de la demanda se noto mucho en New South Wales y en Sydney en particular pero no otros estados como Western Australia por ejemplo.

No obstante y según datos extraídos del informe de HIA - Housing Industry Association-, gracias a un mercado laboral estable y a unas cifras de inflación buenas, no se prevé en el horizonte una caída en el mercado de la vivienda, sino todo lo contrario. Así, HIA estima que, en un futuro próximo, haya:

- Precios sin cambios en el sector vivienda
- Demanda en aumento de la vivienda debido a la escasez de viviendas en alquiler así como a un bajo stock de viviendas vacías por parte de los constructores.

Por último, y según el análisis de Ibisworld, el sector de la construcción en Australia acaba de llegar a un estado de madurez, por lo cual se esperan pocos cambios en el futuro.

Con respecto a la vivienda usada, las cifras muestran datos contradictorios:

- El nivel de permisos para obras de renovación se ha mantenido sin grandes cambios, al mismo nivel que en el periodo anterior ( 03/04)
- El número de préstamos dedicados a este apartado ha caído en un 14%

### **1.3. Tendencias sociopolíticas**

Australia es un país con unas características muy especiales. Es casi tan grande en superficie como Europa pero está en su gran mayoría despoblado. Su población sobrepasa de forma escasa los 20 millones y no se distribuye de una forma homogénea. Este desigual reparto de la población agrava uno de los problemas más agudos de la isla como es la escasez de agua. La gran mayoría de la población australiana se concentra en las zonas costeras del Este, donde se encuentran, además, los grandes núcleos urbanos como Sydney o Melbourne. Esta escasez de agua preocupa a las autoridades y a la sociedad en general y ha provocado, en consecuencia, el desarrollo de legislación y proyectos gubernamentales dirigidos a reducir esta problemática en el futuro.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

La sociedad australiana es cada día más consciente de los problemas de contaminación y de protección del medio ambiente. Esta preocupación se ve reflejada en aspectos de la vida cotidiana de los australianos con programas, por ejemplo, para la reducción del uso de las bolsas de plástico o la existencia de multas si no se cumplen la separación de residuos para su posterior reciclaje. En esta misma línea, los australianos están cada vez más concienciados del problema que supone la escasez de agua.

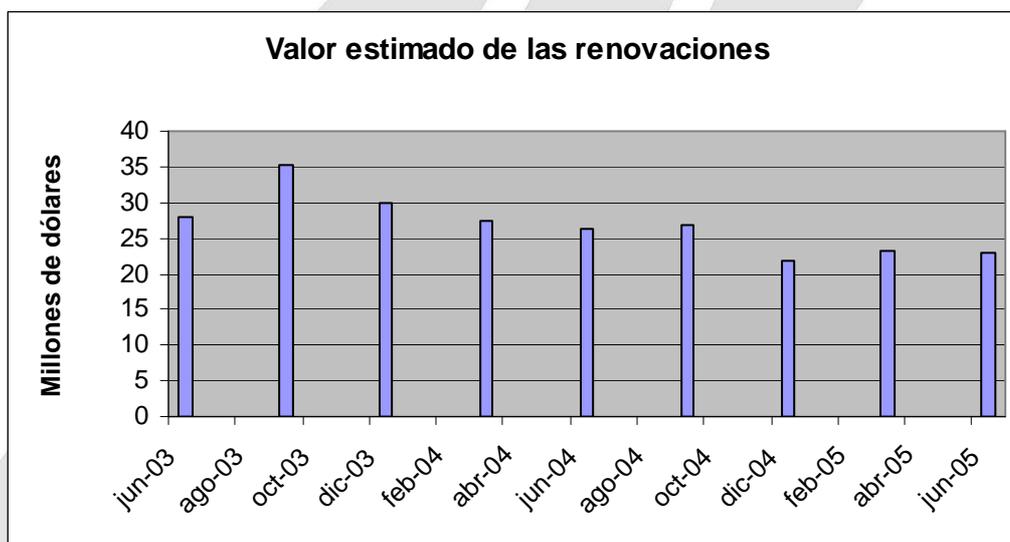
El gobierno se ha hecho eco de esta preocupación y ha elaborado una de las legislaciones más avanzadas en ese sentido en colaboración con el mundo empresarial. Un claro ejemplo es el sistema de doble cisternas en los sanitarios, con la consiguiente reducción de agua, que fue desarrollado por la empresa australiana Caroma. La legislación también ha llegado al ámbito de la grifería con la consiguiente entrada en vigor de nuevas regulaciones en este sentido a partir de julio de 2006.

### 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

#### 2.1. Hábitos de consumo

Una variable que incide directamente sobre el consumo de accesorios de baño se refiere al número de baños que existe en las viviendas australianas. Como ya hemos indicado anteriormente, no hay estadísticas sobre la cifra exacta de cuartos de baño, pero según el Instituto Australiano de Estadísticas, en el período del 90 al 94, la proporción de casas con más de un cuarto de baño creció de un 26% a un 29% del mercado, lo que nos da una idea del aumento de la importancia del baño en las casas australianas.

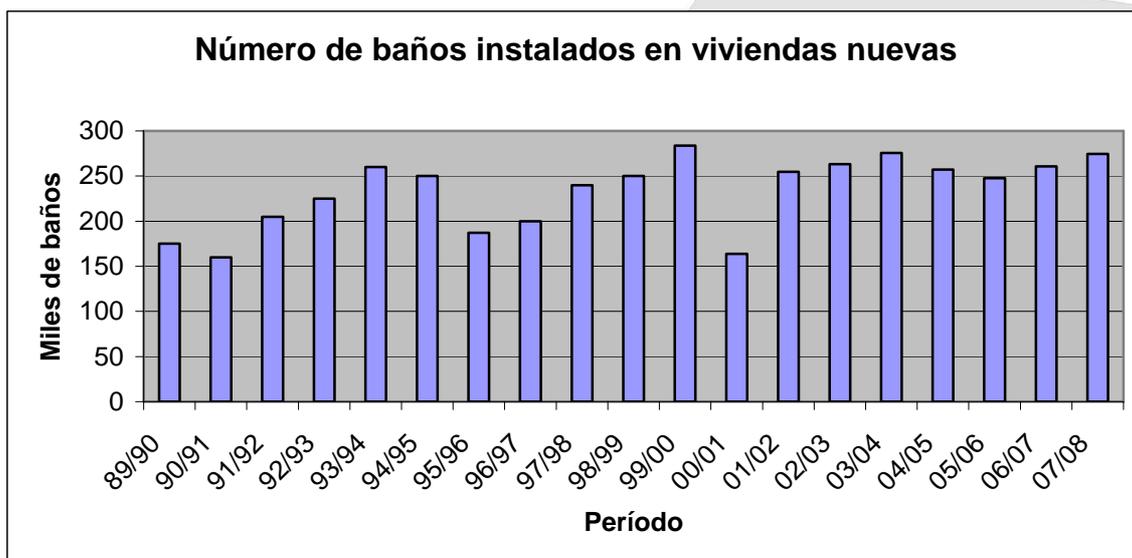
Actualmente, se estima que el número de casas con más de un baño ha llegado a un 50% del mercado. Tanto en el sector de la renovación como en el de la construcción las perspectivas son bastante positivas, y no se prevé ninguna caída en su crecimiento en un futuro próximo.



Fuente: Estudio de HIA

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

El aumento del poder adquisitivo, la mejora del nivel de vida y aumento en el número de viviendas de dos plantas, son las causas que han motivado un incremento en el número de baños en las viviendas. Actualmente, se estiman unos 160 baños por cada 100 viviendas mientras en el año 85/86 la cifra era de 120 baños por cada 100 viviendas, así que el cambio de tendencia es bastante significativo.

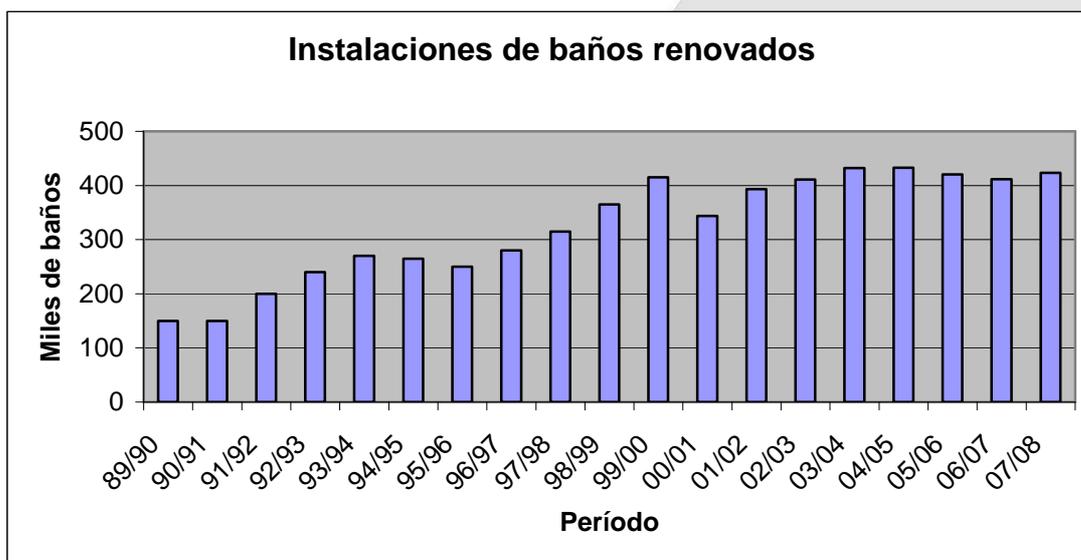


Fuente: Estudio de HIA

En el período 05/06, se estima que se instalarán 247.700 baños en viviendas de nueva construcción a una media de 1.7 baños por casa. Entre el 2006-2008 se espera que el número de baños crezca en un 5.3% aproximadamente.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

Con respecto al sector de la renovación de la vivienda, en la última década, 2.9 millones de viviendas fueron renovadas y un tercio de estas renovaciones tuvieron como protagonista al cuarto de baño. En el período 04/05, 433000 baños sufrieron una renovación en Australia. Las predicciones indican una ligera caída en estas cifras para este período 05/06 de un 2.9% (tan sólo unos 420.500 baños) aunque se espera que el sector se recupere para el 07/08. El gráfico nos muestra el total del gasto destinado a las renovaciones de baño.



Fuente: Estudio de HIA

Según el estudio de HIA, en términos económicos, la actividad se espera que caiga a unos 2438 billones de dólares en el 05/06, es decir, una caída de un 2.9% con respecto al año anterior. Para los próximos dos años se estima un crecimiento de 1.1% en el 06/07 para recuperarse con un fuerte 8.1% en el próximo período.

### **2.2. Hábitos de compra**

A la hora de analizar los hábitos de compra de los australianos es necesario distinguir si hablamos de renovaciones o de viviendas a estrenar. En el caso de las renovaciones, es el propietario el que realizará la compra y, probablemente, el mismo realizará la instalación. En este caso, los centros conocidos como DIY ( Do it yourself) son los más populares como es el caso de tiendas tipo Bunnings. Generalmente, estos centros ofrecen una variedad de productos en la gama media-baja del mercado.

Por otro lado, algunas tiendas sí ofrecen al consumidor una oferta integral, siguiendo las medidas y deseos del propietario. Estos establecimientos cuentan con diseñadores que asesoren al cliente y ofrecen diversos presupuestos, dependiendo de la cantidad que se esté dispuesto a gastar.

Finalmente, existen showrooms y ferias que están dirigidas a diseñadores y arquitectos. Se trata normalmente del canal contract, cuya importancia no se debe menospreciar debido a la construcción de nuevas viviendas. En este caso, se trata de un profesional muy informado, que adaptará la compra al tipo de vivienda y habitante final de la misma. Este tipo de compra se hace tras mucha reflexión y normalmente mueve un gran volumen de negocio.

### **2.3. Preferencias**

El número de baños en la vivienda australiana ha ido en aumento de forma paulatina, es decir, su importancia crece sin lugar a dudas y es normal que aumente el presupuesto familiar dedicado a tal capítulo. Por otro lado, y según datos de la asociación HIA – Housing Industry Association- , el baño sigue ocupando un lugar secundario con respecto a la cocina. Así, una vez renovada la cocina, lo que quede de presupuesto, se destinará a la renovación del baño. En consecuencia, la gran mayoría de las renovaciones que se realizan en los baños son de carácter parcial, de tal forma que el desembolso monetario no sea grande. En este sentido, no se prevé un cambio de tendencia a corto plazo.

Por otro lado, ha habido un auge de programas televisivos sobre decoración y remodelación que se han hecho muy populares entre el público australiano. Esto ha propiciado un mayor interés por parte del consumidor sobre como obtener una mayor información a la hora de renovar su casa. Esta mayor implicación se ha traducido en un auge en la venta de revistas especializadas y la asistencia a ferias.

Para concluir, un segmento que está en pleno desarrollo es el de accesorios dirigidos especialmente a minusválidos y discapacitados. La población australiana está envejeciendo y demanda accesorios que faciliten su vida cotidiana. En este sentido, uno de los productos introducidos recientemente en el mercado ha sido la creación de una ducha a la misma altura que el suelo del cuarto de baño, facilitando la entrada a ancianos y minusválidos en sillas de ruedas.

### **3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

El conocimiento del producto español es escaso y se produce de manera indirecta. La gran mayoría de entrevistados y las tiendas especializadas identifican al producto español como europeo y, por tanto, de calidad y de gama alta. No obstante, no hay una imagen de marca que sí tienen productos de Alemania o Italia. Así, las marcas alemanas destacan por su durabilidad y calidad mientras que las marcas italianas se asocian más a un diseño muy elaborado.

Con respecto al segmento de accesorios de baño, la gran mayoría conoce otro tipo de productos de baño como los lavabos o las baldosas, productos con una amplia tradición exportadora en España. Este conocimiento no se extiende a otros segmentos como la grifería o duchas por ejemplo. Las opiniones de las personas entrevistadas fueron variadas, la marca más conocida era Sonia, existiendo un gran desconocimiento del resto de las marcas.

Por otro lado, también hay opiniones favorables al producto español, distribuidores como Sydney Tap Centre que habían importado grifería de España en el pasado pero lo habían abandonado debido a la presión del euro y al encarecimiento del transporte de mercancías de forma reciente. No obstante, no descartaban volver a importar productos españoles si se llegaba a un volumen razonable que mejorará la parte proporcional que se destina al transporte.

Con objeto de conocer el mercado, me entrevisté con empresas del ramo como Southscape, De De Ce, JMJ Development Design que resaltaron la problemática de traer productos españoles que no estén homologados a Australia. Otras compañías entrevistadas como Reece o Paco Jaanson destacaron, no obstante, la íntima asociación entre producto español y producto de calidad. Para una lectura más detallada de las entrevistas realizadas, diríjase al apartado “Visitas a tiendas y distribuidores”.

## **VI. EVENTOS RELACIONADOS DEL SECTOR**

### **1. FERIAS**

#### **1. Designex**

- **Lugar :** Sydney Convention and Exhibition Centre, Darling Harbour, Sydney
- **Frecuencia:** Anual, alterna entre Sydney y Melbourne
- **Fechas:** 6-8 de abril 2006
- **Próxima edición:**19-21 abril 2007 (Melbourne)
- **Tipo de visitantes:** profesionales del sector
- **Nota:** Se trata de una feria de carácter mixto, sin embargo tiene una gran representación de grifería y baño.
- **Pagina web:** [www.designex.info](http://www.designex.info)
- **Email:** [designex@au.dmgworldmedia.com](mailto:designex@au.dmgworldmedia.com)
- **Teléfono:** 2 8923 8300

#### **2. Designbuild Australia**

- **Lugar:** Australian Exhibition Services PTY, Illoura Plaza, 424 St Kilda Road, Melbourne, Victoria 3004
- **Frecuencia:** Anual, alterna entre Sydney y Melbourne
- **Fechas:** 28-31 Mayo 2006
- **Próxima edición:**3-6 Junio 2007 (Sydney)
- **Tipo de visitantes:** Sólo profesionales de todo tipo como arquitectos, diseñadores..
- **Nota:** La feria más relevante del sector de diseño y de la construcción, incluye tanto vivienda residencial como de oficinas. Página Web: [www.designbuildexpo.com.au](http://www.designbuildexpo.com.au)
- **Email:** [designbuild@austexhibit.com.a](mailto:designbuild@austexhibit.com.a)

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

- **Teléfono:** 3 9261 4500

### **3. Organisers International, celebra tres ferias en Sureste de Queensland**

- **Lugares:**
  - March Home Show, en RNA Grounds, Fortitude Valley en Brisbane
  - Gold Coast Bulletin Home and Design Show en Gold Coast Convention and Exhibition Centre
  - October Home and Design Show , en Brisbane Convention Centre.
- **Fechas:**
  - March Home Show: 4-12 Marzo 2006, 3-11 Marzo 2007
  - Gold Coast Design Show: 25-28 Mayo 2006, 17-20 Mayo 2007
  - October Home and Design Show: 4-8 Octubre 2006, 10-14 Octubre 2007
- **Próxima edición:** 3-6 Junio 2007 (Sydney)
- **Tipo de visitantes:** A este tipo de ferias acude desde el consumidor final hasta el minorista.
- **Nota:** Contiene una lista extensa tanto de exhibidores como de visitantes en el área de la construcción o renovación.
- **Página Web:** [www.organisersinternational.com.au](http://www.organisersinternational.com.au)
- **Email:** [info@orgint.com.au](mailto:info@orgint.com.au)
- **Teléfono:** 07 3852 2600

## **2. REVISTAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR**

- **Específicas:**
  1. [Kitchens and Bathrooms Quarterly](#)
  2. [Luxury kitchens & bathrooms](#)
  3. [Bathroom yearbook](#)

Las tres contienen información amplia sobre el sector con datos sobre futuras tendencias, así como publicidad de empresas. También se pueden mirar on-line en [www.completehome.com.au](http://www.completehome.com.au)

- **Diseño:**
  1. [Luxury Home Design](#).

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

2. Comtemporary Home Design.
3. Indesign: se publica cuatrimestralmente y contiene información tanto para consumidores como profesionales del sector. Se dedica tanto a interiores como a productos de arquitectura. Se puede ver on-line en [www.indesign.com.au](http://www.indesign.com.au)

- **Arquitectura:**

1. Arquitectural products news: revista producida en colaboración con el Instituto de Arquitectos y el Instituto de Diseño de Australia. Se accede a su página web en la dirección del Instituto de Arquitectos de Australia: [www.architectureaustralia.com.au](http://www.architectureaustralia.com.au)
2. BDAV on-line: de interés por la participación de miembros como el gobierno de Australia. Su página web es [www.bdav.org.au](http://www.bdav.org.au)

### **3. ASOCIACIONES DE INTERÉS**

- Housing Industry Association: Contiene una sección dedicada a Baño y Cocina, así que es la más específica del sector. Publican un estudio anual sobre tendencias del mercado y crecimiento de gran interés. Su página web es: [www.buildingonline.com.au](http://www.buildingonline.com.au)
- Master Builders Association: Es la asociación australiana más importante en el ámbito de la construcción. Cuentan entre sus miembros desde constructoras hasta diseñadores o proveedores del sector. Su página web es: [www.masterbuilders.com.au](http://www.masterbuilders.com.au)
- National Asociation of Home Builders: Representa a más de 220.000 miembros del sector activos en el ámbito de la construcción y remodelación de viviendas. Su página web es: [www.nahb.org](http://www.nahb.org)
- Royal Australian Institute of Architects: Es la organización nacional que engloba a los arquitectos australianos. Cuenta con unos 9000 miembros tanto dentro como fuera de Australia. Su página web es: [www.architecture.com.au](http://www.architecture.com.au)

### **4. INFORMES DE FERIAS**

El informe de feria disponible este año es el de Designex, la feria sobre diseño comercial y residencial que tuvo lugar en Sydney en abril del 2006. Esta a disposición del público en la Oficina Comercial de la Embajada en Sydney a través de su página web: [www.mcx.es/sydney](http://www.mcx.es/sydney)

### **5. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS**

#### **All bathroom Gear**

Dirección: 2 Edmondstone st, South Brisbane, QLD

Teléfono: (07) 3844 9180

Fax: (07) 3844 8628

Web: [www.allbathroomgear.com.au](http://www.allbathroomgear.com.au)

Negocio con más de 20 de años de experiencia, cuentan con un amplio surtido tanto para cocinas como para baños. Entre sus productos destacamos grifería, lavabos, mamparas, bañeras etcétera.

#### **Accent International**

3/3 Warrah Street, Chatswood NSW

Teléfono: (02) 9882 2633

Fax: (02) 9882 2644

Web: [www.accenttapware.com.au](http://www.accenttapware.com.au)

Contacto: Toby Archer

Email: [toby@accenttapware.com.au](mailto:toby@accenttapware.com.au)

Son diseñadores y productores de sus líneas de accesorios de baño y grifería. Además de ser productores, son también importadores hasta un 50% de su volumen de ventas. Importan productos alemanes y daneses.

#### **Bathroom Concepts Pty**

Dirección: 169 O'connell St North Adelaide SA

Teléfono: (08) 8239 0199

Fax: (08) 8239 0201

Web: [www.bathroomconcepts.com.au](http://www.bathroomconcepts.com.au)

Tienda dedicada principalmente a la renovación del cuarto de baño. Destacan sus accesorios y entre sus marcas destaca Caroma y Fowler

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Bunnings**

Dirección: 16-18 Carto st, Hawthorn, Vic

Teléfono: (03) 8831 9777

Fax: (03) 8831 9444

Web: [www.bunnings.com.au](http://www.bunnings.com.au)

Contacto: Director John William

Email: [pdavis@bunnings.com.au](mailto:pdavis@bunnings.com.au)

Son una cadena de bricolaje en general. Son muy populares en Australia y cuentan con numerosas tiendas en todo el territorio. Su línea de productos abarca productos para el jardín, cocina, baño y de ferretería en general. Con respecto a grifería, destaca Caroma y Brewers entre sus marcas.

### **Brewers bathroomware**

Dirección: 225 East Boundary Rd Bentleigh East Vic

Teléfono: (03) 9579 2122

Fax: (03) 9579 2108

Web: [www.brewers.com.au](http://www.brewers.com.au)

Contacto: Steve Mooney

Email: [steve@brewers.com.au](mailto:steve@brewers.com.au)

Son productores e importadores de toda una amplia gama de accesorios desde grifería hasta muebles de baño. Distribuyen a diversas tiendas en todo el territorio australiano. Entre las marcas que lleva, destacamos Kronos y lárchitetto.

### **Caroma**

Dirección: Level 3, 244 Beecroft Road, Epping, NSW

Teléfono: (02) 9951 3333

Fax: (02) 9951 3399

Web: [www.caroma.com.au](http://www.caroma.com.au)

Principales fabricantes de accesorios de baño y equipamiento para el aseo general. Aunque no tiene tiendas propias, sus productos están presentes en las principales tiendas y distribuidoras.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Capitol Building**

Dirección: Shop 20, 395 a Pitt Street, Haymarket, NSW

Teléfono: (02) 9264 6866

Web: [www.capitolbuilding.com.au](http://www.capitolbuilding.com.au)

Contacto: Mr Peter Asmus

Email: [peter@capitolbuilding.com.au](mailto:peter@capitolbuilding.com.au)

Orientados al mundo de la construcción, oferta toda clase de accesorios para compañías constructoras.

### **Domayne**

Dirección: 84 O'ryordan st, Alexandria

Teléfono: (02) 8339 7000

Web: [www.domayne.com.au](http://www.domayne.com.au)

Contacto: Len Nucifora

Email: [len.nucifora@au.domayne.com](mailto:len.nucifora@au.domayne.com)

Pertenece al grupo Harvey Norman pero compra de manera independiente. En grifería, son uno de los distribuidores de Lauffen, del grupo Roca

### **Earp Bros**

Dirección: 666 Pacific Highway 2067, NSW

Teléfono: (02) 9410 3222

Fax: (02) 9410 2011

Web: [www.earp.com.au](http://www.earp.com.au)

Email: [info@earp.com.au](mailto:info@earp.com.au)

Son los distribuidores de Porcelanosa en NSW y Victoria con tiendas en ambos estados. En cuanto a grifería, importan marcas italianas como Quadro o Fantaghiro.

### **Elite Ceramics**

Dirección: 1174-1176 High st, Arnadel VIC

Teléfono: (03) 9509 1266

Web: [www.eliteceramics.com.au](http://www.eliteceramics.com.au)

Email: [elite@eliteceramics.com.au](mailto:elite@eliteceramics.com.au)

Distribuidores de Porcelanosa en sus tienda, comercializan a su vez todas las líneas de producto realizadas con el baño.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Enware**

Dirección: 9 Endeavour rd Caringbah NSW

Teléfono: (02) 9525 9511

Fax: (02) 9525 9536

Web: [www.enware.com.au](http://www.enware.com.au)

Email: [info@enware.com.au](mailto:info@enware.com.au)

Empresa productora y especializada en productos de grifería destinados a edificios de uso público tales como escuelas, hospitales, hoteles... Tienen una línea especial dedicada a accesorios destinados a ancianos o a personas discapacitadas.

### **Estilo Bathware**

Dirección: 192 Wayworth st , Adelaide, SA

Teléfono: (08) 8415 2999

Web: [www.estilo.com.au](http://www.estilo.com.au)

Email: [sales@estilo.com.au](mailto:sales@estilo.com.au)

Estilo contiene una de las colecciones más extensas de diseño australiano y europeo en baño y cerámica. Comercializan Porcelanosa entre sus productos.

### **Dansk**

Dirección: 414-426 Lwr Dandenong Rd, Braeside Vic

Teléfono: (03) 9264 5000

Fax: (03) 9587 1719

Web: [www.dansk.com.au](http://www.dansk.com.au)

Distribuidora de productos dirigidos al público DIY. Sirve a una red de 700 tiendas a lo largo de Australia. Ofrece productos de todo tipo, en especial para la cocina, el jardín y el baño.

### **De De Ce**

Dirección : 263 Liverpool St, Darlinghurst, NSW

Teléfono: (02) 9360 2722

Fax: (02) 9360 9022

Web: [www.dedece.com](http://www.dedece.com)

Contacto: Tim Engelen

Email: [tim@dedece.com](mailto:tim@dedece.com)

Tienda de muebles que se dedica a un sector alto del mercado. Cuenta con diseños muy elaborados. Son los mayoristas para toda Australia de la marca danesa de grifería Volla.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Dorf**

Dirección: 194 Milperra Rd, Revesby, NSW

Teléfono: (02) 9792 0100

Fax: (02) 9773 3101

Email: [customercentral@dorf.com.au](mailto:customercentral@dorf.com.au)

Web: [www.dorf.com.au](http://www.dorf.com.au)

Se trata de una de las compañías productoras más importantes de Australia en el sector del baño. Sus líneas de grifería son de las más populares en Australia y se encuentran en las principales distribuidoras

### **Fowler**

Dirección: Level 1, 490 Crown street, Surry Hills, NSW

Teléfono: (02) 9361 6700

Fax: (02) 9380 8429

Web: [www.fowler.com.au](http://www.fowler.com.au)

Fabricantes de baños y lavabos principalmente, no comercializan grifería. Son, no obstante, un referente en el mercado australiano. Sus diseños son muy elaborados y de calidad.

### **Gallery Tapware**

Dirección: 37 Collingwood st, Osborne Park, WA

Teléfono: (08) 9242 8111

Fax: (08) 9248 8044

Web: [www.gallerytapware.com.au](http://www.gallerytapware.com.au)

### **Galvin Design Gallery**

Dirección: 10 Sundercombe st, Osborne Park, WA

Teléfono: (08) 9441 8588

Fax: (08) 9441 8590

Web: [www.galvindesign.com.au](http://www.galvindesign.com.au)

Email: [info@galvindesign.com.au](mailto:info@galvindesign.com.au)

Tienda especializada en productos de arquitectura y diseño, entre los que destacan grifería y baldosas. Son los distribuidores de Porcelanosa en la costa oeste.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Harvey Norman:**

Dirección: A1 Richmond Rd Homebush West NSW

Teléfono: (02) 9201 6111

Fax: (02) 9201 6250

Web: [www.hncommercial.com.au](http://www.hncommercial.com.au)

Contacto: Gavin Furner

Email: [gavin.furner@au.harveynorman.com](mailto:gavin.furner@au.harveynorman.com)

Franquicia de tiendas que se dedica en especial al baño y a la cocina entre otros. Entre las marcas que comercializan destacamos Kohler, Grohe y Novelli entre otras.

### **Hardware and General**

Dirección: 68 Winbourne Rd, Brookvale NSW

Teléfono: (02) 84561302

Contacto: Mr Gavin Ferguson

Web: [www.hg.com.au](http://www.hg.com.au)

Email: [gavin.Ferguson@hg.com.au](mailto:gavin.Ferguson@hg.com.au)

Cadena que comercializa todo tipo de accesorios de baño, están en la actualidad expandiendo su línea de negocios a muebles de cocina y baño.

### **Infolink**

Web: [www.infolink.com.au](http://www.infolink.com.au)

Página web con un directorio on-line de empresas de arquitectura, construcción y diseño.

### **Italscrafts**

Dirección: 205-207 Parramatta Rd, Annandale NSW

Teléfono: (02) 9572 6866

Fax: (02) 9572 9599

Website: [www.italcrafts.com.au](http://www.italcrafts.com.au)

Contacto: Vince Pirello

Email: [vinve@italcrafts.com.au](mailto:vinve@italcrafts.com.au)

Tienda de muebles de cocina y baño.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Just Bathroomware**

Dirección: 146-148 Victoria Rd Drummoyne NSW

Teléfono: (02) 9719 9427

Web: [www.justbathroomware.com.au](http://www.justbathroomware.com.au)

Son importadores de marcas locales e internacionales. Llevan distintas líneas de productos como lavabos, bañeras, spas.... En el apartado de grifería, destacar que la marca que comercializa es HansGrohe.

### **Kohler Co**

Dirección: Unit 10 77-79 St Hilliers Rd Auburn, NSW 2144

Teléfono: (02) 9714 3966

Fax: (02) 9714 3966

Web: [www.kohler.com.au](http://www.kohler.com.au)

### **Lenlock Hales**

Dirección: 145 Christmas St Fairfield VIC

Teléfono: (03) 9482 6224

Fax: (03) 9482 3687

Web: [www.lenlok.com.au](http://www.lenlok.com.au)

Empresa dedicada a abastecer a fontaneros o a tiendas menores más que al público en general. Se dedica a todo tipo de herramientas y recambios en general

### **Mitre 10**

Dirección: 9 Cook St, Forestville, NSW

Teléfono: (02) 9452 1011

Web: [www.mitre.com.au](http://www.mitre.com.au)

Cadena de distribución, que cuenta con sus propias tiendas y dedicada al bricolaje en general. Posee una amplia red de tiendas y tiene una amplia gama de productos.

### **Methven**

Dirección: 56-61 Banbury Road, Reservoir VIC

Teléfono: (03) 9462 1288

Web: [www.methvenaustralia.com.au](http://www.methvenaustralia.com.au)

Contacto: Martina Kramer

Email: [makramaer@methven.net](mailto:makramaer@methven.net)

Empresa neocelandesa , distribuye y vende sus productos en Australia. Son productores y diseñadores de sus propias líneas de grifería

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Meco**

Dirección: 30 Stennet Rd, Ingleburn

Teléfono: (02) 9618 6999

Website: [www.meco.com.au](http://www.meco.com.au)

Contacto: Les Booth

Email: [les@meco.com.au](mailto:les@meco.com.au)

### **Moody & Winter Sales**

Dirección: 15 Boron St, Sumner Park QLD

Teléfono: (07) 3376 2455

Fax: (07) 3376 5415

Contacto: Leigh Moody

Email: [sales.moowin@bigpond.com](mailto:sales.moowin@bigpond.com)

Pequeña tienda que se dedica a venta de productos de baños, en especial dedicado al sector de la renovación. Comercializa principalmente marcas locales.

### **MST Mediterranean**

Dirección: 19 B Kind Edward Road, Osborne Park, WA

Teléfono: (08) 9445 1777

Fax: (08) 9446 3127

Web: [www.ceramictilesperth.com.au](http://www.ceramictilesperth.com.au)

Email: [info@msttiles.com.au](mailto:info@msttiles.com.au)

Son los distribuidores de Porcelanosa en la costa Oeste Australiana. Además de Porcelanosa, llevan toda una gama de azulejos australianos y europeos.

### **Paco Jaanson**

Dirección: 537 Pacific hwy, Artamon NSW

Teléfono: (02) 9413 3533

Fax: (02) 9411 5161

Web: [www.pacojaanson.com.au](http://www.pacojaanson.com.au)

Contacto: Michael Pilic

Empresa dedicada a la importación de productos como sanitarios, grifería y muebles. Son todos productos de gama alta. Destacamos la línea de Antonio Miró que comercializa en exclusiva en Australia.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Parbury**

Dirección: 3 International Crt Scoresby VIC

Teléfono: (03) 9765 5252

Web: [www.parbury.com.au](http://www.parbury.com.au)

Se especializa en la importación y posterior distribución de productos tanto para la cocina como para el baño. Son marcas blancas, que se comercializan con el nombre de Parbury y tienen como cliente final a grupos industriales

### **Plumbing Plus**

Dirección: 16 Junction Rd, Burleigh Head, QLD

Teléfono: (07) 5522 1844

Fax: (07) 5522 1633

Web: [www.plumbingplus.com.au](http://www.plumbingplus.com.au)

Empresa distribuidora de productos de baño. Cuenta con tiendas por toda Australia. Sus productos estrella son Kohler, Methven, Accent... entre otros.

### **Reece**

Dirección: 2 Barney St North Parramatta NSW

Teléfono: (02) 9843 3600

Fax: (02) 9843 3699

Web: [www.reece.com.au](http://www.reece.com.au)

Contacto: Andrew Williamson

Email: [andrew.williamson@reece.com.au](mailto:andrew.williamson@reece.com.au)

Son los líderes en la distribución de baños en Australia y así cuentan con unas 300 tiendas por todo el continente. Son los distribuidores de la marca española Sonia. Entre otras marcas destaca Sussex Tapware, Dorf, y Caroma.

### **Rogerseller**

Dirección: 587-593 Church St Richmond VIC

Teléfono: (03) 9429 8888

Fax: (03) 9429 6966

Web: [www.rogerseller.com.au](http://www.rogerseller.com.au)

Contacto: James Edmonds

Email: [sales@rogerseller.com.au](mailto:sales@rogerseller.com.au)

Empresa australiana dedicada a los sanitarios, a las baldosas y a la grifería. Con respecto a la grifería, diseñan y producen su propia marca de grifería llamada Tonic aunque también importan marcas italianas como Fantini

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Rosedale**

Dirección: 16 Junction Rd Burleigh Heads QLD

Teléfono: (07) 5522 1833

Fax: (07) 5522 1633

Son mayoristas en la venta de artículos de fontanería y distribuyen a pequeñas tiendas.

### **Sanine Bathrooms**

Dirección: 1165 Canterbury Rd, Roseland, NSW

Teléfono: (02) 9750 9555

Web: [www.sanninebathrooms.com](http://www.sanninebathrooms.com)

Contacto: John Elias

Email: Assistant, [hany@sanninebathrooms.com](mailto:hany@sanninebathrooms.com)

Tienda enfocada en el mundo del baño.

### **Southscape**

Dirección: 1367 Botany Road, Botany NSW

Teléfono: (02) 9666 8100

Fax: (02) 9666 8111

Contacto: Allan Dibben

Web: [www.southcapetapware.com.au](http://www.southcapetapware.com.au)

Pequeña empresa australiana que se dedica a la importación y comercialización de productos. Lleva marcas italianas de las que destacamos La Torre.

### **Sampford & Staff**

Dirección: 162 Crown St, East Sydney NSW

Teléfono: 1300 727 421

Fax: (02) 9331 8499

Web: [www.scasonato@sampford.com.au](http://www.scasonato@sampford.com.au)

Contacto: Simone Casonato

Son los distribuidores de HansGrohe en Australia. No venden al público sino a otras tiendas y lleva sólo marcas de gran calidad tanto en cocina como en baño.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Sydney Tap Centre**

Dirección: 537 Elizabeth St Surry Hills, NSW

Teléfono: (02) 9698 2367

Fax: (02) 9318 1127

Email: [sydneytapcentre@swiftdsl.com.au](mailto:sydneytapcentre@swiftdsl.com.au)

Contacto: Rodney Young

Pequeña tienda que se dedica también a la importación ( comercializan Mestre Bronce). Entre sus marcas estrella están Grohe, Kohler y Accent .

### **Streamline**

Dirección: 21 Compark Crct Mulgrave VIC

Teléfono: (03) 8545 0600

Email: [streamline@bigpond.com](mailto:streamline@bigpond.com)

Contacto: Salvador Jornet

Son los importadores de Roca en Australia. En su apartado de grifería, importa la marca italiana Zuchetti .

### **The Bath House**

Dirección: 153 Sailors Bay Rd, Northbridge, NSW

Teléfono: (02) 9967 4000

Contacto: Wendy Sly

Email: [wendy@bathhouse.com.au](mailto:wendy@bathhouse.com.au)

Pequeña tienda con productos de alta gama, situada en un barrio exclusivo de Sydney.

### **Tradelink**

Dirección :Locked Bag 71, Virginia Business Centre, QLD

Teléfono: (07) 3260 9777

Web: [www.tradelink.com.au](http://www.tradelink.com.au)

Contacto: Peta Fray

Email: [peta.fray@tradelink.com.au](mailto:peta.fray@tradelink.com.au)

Compañía dedicada a la distribución y a la venta al por mayor. Además de comercializar su propia marca blanca (Raymor Tapware), también tiene Hansa, Azurra, Kohler, Grohe, Dorf...es decir, las principales marcas del mercado.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Tiles & More**

Dirección: 169-173 Port Hacking Rd Miranda NSW

Teléfono: (02) 9522 5300

Fax: (02) 9522 6799

Web: [www.tilesandmore.com.au](http://www.tilesandmore.com.au)

Email: [miranda@tilesandmore.com.au](mailto:miranda@tilesandmore.com.au)

Contacto: Sid Macdessi

Son especialistas en la decoración del baño y cuentan entre sus proveedores a las mejores marcas tales como Kohler, Grohe, Dorf, Azzurra, Caroma... entre otras.

### **6. BIBLIOGRAFÍA**

1. Australian Bureau of Statistics: [www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au)
  - ABS “ Retail trade report”
  - Australia Yearbook
2. Standards of Australia [www.standards.com.au](http://www.standards.com.au)
3. Australian International Standards on line: [www.saigloblal.com.au](http://www.saigloblal.com.au)
4. Feria Designex: [www.designex.info](http://www.designex.info)
5. Water Efficiency Labelling and Standards: [www.waterrating.gov.au](http://www.waterrating.gov.au)
6. World Trade Atlas, Australia Edition: Internet version
7. Ibisworld, “Construction in Australia 2005”
8. Australian Housing Industry Association: [www.buildingonline.com.au](http://www.buildingonline.com.au)
  - HIA Kitchens and bathrooms report 05/06

## **VII. ANEXOS**

### **WaterMark Certification**

#### **A Guide to the WaterMark Certification Scheme (WMCS)**

All products designed for plumbing and drainage purposes in Australia must comply with the requirements set out by the Plumbing Regulators. In 2005, the new WaterMark Certification Scheme (WMCS) was introduced to replace the National Certification of Plumbing and Drainage Products Scheme (NCPDPS), which was identified by the use of StandardsMark, WaterMark and Plumbing Safety TypeTest Mark on certified products.

The WaterMark Certification Scheme identifies certified plumbing products by the use of a single WaterMark certification mark. The objective of the new WaterMark Certification Scheme is to provide a uniform national approach to plumbing product approvals. Under the Scheme, provided that your product carries appropriate certification markings, it will be accepted for use in all Australian states and territories - subject to correct installation practices in accordance with AS/NZS 3500 and any local deviations.

The procedures and technical requirements of these schemes are identified in Standards Australia documents, which can be purchased from SAI Global website <http://www.sai-global.com> NCPDPS - MP52:2001 WMCS - AS 5200.000:2005 or MP52: 2005. The Plumbing Regulators have given a 5-year period for the transition to the WaterMark Scheme. This enables the manufacturers and the suppliers of plumbing products and the certification bodies to manage the changeover, including any revised marking, from the NCPDPS to the WMCS.

### **CERTIFICATION LEVELS**

In the WaterMark Scheme, approval is based on the certification of products to nominated Standards and Technical Specifications as listed in MP52:2005/AS 5200.000:2005, and to a Certification Level generally related to a product's application within the plumbing system. Products that are not specifically listed can be assessed if authorisation is required by the development of a Technical Specification and the allocation of a Certification Level. Below is a brief outline of the types of products covered by each certification level and the basics of the certification process.

#### **WaterMark (WMK) Level 1**

WaterMark Level 1 certification is generally applied to products that are installed in the hot or cold water supply system. Typical product groups that fall under this certification level are: Water Heaters Hot and Cold Water Supply Pipes and Fittings Taps and Valves Sanitary Fixtures - Water Closets, Bidet/Bidettes Appliances (High Hazard) Water Filters and Water Treatment Devices.

The certification process comprises of:

1. Product design review and independent testing to determine product compliance with the relevant Australian or International Standard, or Australian Technical Specification (ATS) as identified in AS 5200/MP52. The Standard or Technical Specification addresses requirements, such as:
  - Materials used for the product.
  - Design specifics
  - Performance and functionality, including durability
  - Marking and installation instructions.
2. Initial and ongoing assessment of the product manufacture and associated quality plan. The certification procedures are defined in the WaterMark Level 1 Product Compliance Program (PCP), which is available on the SAI Global website <http://www.sai-global.com.au/>.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **WaterMark Level 2**

WaterMark Level 2 certification is generally applied to products that are installed in the sanitary and drainage system. Typical product groups that fall under this certification level are: Sanitary and Drainage Pipes and Fittings Sanitary and Drainage Valves Appliances (Low/Medium Hazard) The certification process comprises of the design review and independent testing as in the WaterMark Level 1 Certification.

However, as no assessment of the manufacturing processes is involved, the Certificate has an expiry date. As part of the renewal process for a further period, a reassessment process applies, and this normally requires further independent testing. Unlisted Products When the product is not specifically listed in AS 5200.000/MP52, separate procedures are in place to establish whether certification is required, the Standard that may be applicable and the appropriate certification level. Full details of these procedures can be found in AS 5200.000 or via contacting SAI Global.

### **TECHNICAL CHANGES**

In addition to changes in terms of the certification process and the WMCS single Mark, there are some technical changes involved. These relate to the referenced Standards in the revised scheme as documented in AS5200.000: 2005 or MP52: 2005 and include:

- Creation of Australian Technical Specifications (ATSS) for the specifications in the previous versions of MP52.
- Deletion of some Specifications where an Australian Standard is available.
- Changes to certification levels for some product types, and removal of some product types from the schemes that either do not require certification or are recognized as having limited application in plumbing installations.
- General review that includes direct referencing to a relevant Standard where one existed.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

The following table summarizes these changes.

|                           | Product type  | Previous Minimum Requirement |      | Revised Requirement           |       |
|---------------------------|---|------------------------------|------|-------------------------------|-------|
| Infrastructure products   | Tapping Bands   | MP52 Spec 025                | WMK  | No longer required            |       |
|                           | Ductile Iron Pipe and Fittings for pressure applications    | AS 2280                      | SMK  |                               |       |
|                           | Access Covers and Grates                                    | AS 3996                      | SMK  |                               |       |
|                           | Grey Cast Iron Pipes and Fittings for pressure applications | AS 1631                      | SMK  |                               |       |
|                           | Water Meters  | AS 3656                      | SMK  |                               |       |
|                           | Spring Hydrants   | AS 3952                      | SMK  |                               |       |
| More requirements         | Water Filter And Treatment Systems                          | AS 3497                      | PSTT | AS 3497                       | WMK 1 |
|                           | Bed Pan Washers   | MP52 Spec 101                |      | ATS 5200,104                  | WMK 1 |
| Less requirements         | Non pressure Pipes and Fittings- Sanitary Drainage          | MP52 Spec 005                | SMK  | Relevant standard             | WMK 2 |
|                           | Fixtures- Urinals   | MP52 Spec 022                | WMK  | AS 3982                       | WMK 2 |
| No certification required | Fixtures without included wastes                            | MP52 Spec 029                | PSTT | Certification is not required |       |

### Timing

The time you will need to achieve certification depends largely on how well prepared you are to implement the process. For a simple WaterMark Level 2 certification, a certificate can be issued within 2 weeks from the time you submit a complete complying test report and other technical documentation. For WaterMark Level 1 certification, the time frame depends on the length of time required for product testing and your readiness for assessment of the manufacturing processes.

### Fees

Fees vary in accordance with the level of certification required, the product type, the number of products requiring certification, and the location and size of the site/s of manufacture (WaterMark Level 1). The Fees are set out in separate fee schedules available upon request from SAI Global. Email: [product@sai-global.com](mailto:product@sai-global.com)

### Further Information

To find out more detail on which Standard or Technical Specification and Certification Level applies to a particular product please review AS 5200/MP52 or contact SAI Global directly. Further information is available on our website under 'Assurance Services' <http://www.sai-global.com>

You are invited to contact us via email on [product@sai-global.com](mailto:product@sai-global.com) or via phone Australia/Asia: +61 2 8206 6322 Europe: +44 (0) 1926 85 4111 USA: +1 (419) 861 1689 SAI Global Expertise SAI Global Limited is a leading assurance, business publishing, compliance and training organisation with offices

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

in Australia, New Zealand, North America, Europe, Asia and the Middle East. SAI Global's extensive certification experience covers more than 300 Australian and international standards and we issue more than 15,000 certificates globally. Our experience in Assurance Services gives us the ability to assist you with audit services that can help you to manage your risks.

SAI Global auditors are selected for specific audit activities based on their qualifications, skills and industry experience that match the business needs of our clients. For WaterMark certification SAI Global uses auditors with specific plumbing industry knowledge and extensive audit experience.

### **A Guide to WELS and the Relationship with the WaterMark Certification Scheme**

#### **(WMCS) BACKGROUND TO WELS**

The Australian Government, in collaboration with State and Territory governments, has introduced a Water Efficiency Labelling and Standards (WELS) Scheme, which applies national mandatory water efficiency labelling and minimum performance standards to household water-using products. AS/NZS 6400 is the Standard that outlines the WELS requirements. The WELS Scheme will help to address the issue of high domestic water consumption by providing nationally consistent water efficiency information to consumers at point of purchase and by encouraging manufacturers to design more water-efficient products. The aim of the WELS Scheme is to encourage the uptake of water-efficient products and appliances in domestic and commercial areas while maintaining individual choice and accounting for regional variations in water supply in urban Australia. The water-using products covered by the WELS Scheme currently include:

- Showers
- Toilet (lavatory) equipment
- Tap equipment (intended for use over a kitchen sink, bathroom basin, laundry tub or ablution trough)
- Urinal equipment
- Flow controllers
- Clothes washing machines and dishwashers

From 1 July 2006, mandatory registration and labelling will apply to all of these products apart from flow controllers, for which this will be optional. Full details of the implementation dates are available from [www.waterrating.gov.au](http://www.waterrating.gov.au)

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **RELATIONSHIP WITH THE WATERMARK CERTIFICATION SCHEME (WMCS)**

The WELS requirements are applied to products that are required to be certified under the WaterMark Certification Scheme (WMCS). In most cases testing to the relevant WaterMark standard will satisfy WELS requirements. However, separate registration is required through the Australian Government website [www.waterrating.gov.au](http://www.waterrating.gov.au). Following is an explanation of the product groups and how WaterMark and WELS apply and interact.

#### **Showers**

The WELS Scheme applies to showers utilised for personal bathing, specifically the shower head and other components, if supplied with the head. It does not apply to emergency deluge or safety showers. These requirements are identified in AS 3662 (Performance requirements for showers for bathing) and the Standard that outlines the WELS requirements in terms of the star ratings, AS/NZS 6400. Differentiation between products is based on the nominal flow rate @ 250kPa. However, flow rate measurements are made at 150kPa and 350kPa to determine the flow rate regulation across this pressure range. The shower heads also have to satisfy performance criteria, such as mean spray spread angle and temperature drop, while operating at lower flow rates. Satisfying the technical requirements of AS 3662 enables the establishment of a rating based on the 'the average flow rate' as follows:

- more than 16L/min. or failing the performance requirement are nominated 0 star
- more than 12L/min. but not more than 16L/min. are nominated 1 star
- more than 9L/min. but not more than 12L/min. are nominated 2 star
- more than 7.5L/min. but not more than 9L/min. are nominated 3 star
- 4.5 and 6 star ratings are not available. WaterMark Relationship with WELS Ratings

To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 2 certification applies to these products. This generally satisfies the technical requirements of AS/NZS 6400 and enables the establishment of the ratings based on the average flow rate.

#### **Toilet (Lavatory) Equipment**

The WELS Scheme applies to the following product types:

- Water Closet close coupled suites
- Water Closet pans with matching sets (water closet cistern or flush valve)
- Water Closet flushing device (water closet cistern or flush valve)

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

The scheme differentiates products based on the discharge flush volume. For dual flush the star rating is calculated from the average of 4 half flushes and one full flush. The greater number of stars the more water efficient the product is without compromising performance.

The technical requirements are identified in AS 1172 and ATS5200.020/021 and the Standard that outlines the WELS requirements in terms of the star ratings, AS/NZS 6400. AS 1172.1:2005 and AS 1172.2:1999 Amendment 2 were issued in August 2005 to include the reference to AS/NZS 6400:2005. The future revision of AS 1172.2 will fully align the Standards. The star ratings are allocated as follows:

- 9/4.5 Water Closet Cisterns are nominated 1 star and align to more than 4.5L but not more than 5.5L average flush volume
- 6L Water Closet Pans with matching 6/3L cisterns or flush valves are nominated 3 star and align to more than 4.5L but not more than 4.0L average flush volume
- 4.5L Water Closet Pans with matching 4.5/3L cisterns or flush valves are nominated 4 star and align to more than 4.0L but not more than 3.5L average flush volume 2 star, 5 star and 6 star ratings do not generally align with water closet types but are available:
  - 2 star relates to more than 4.0L but not more than 4.5L average flush volume
  - 5 star relates to more than 2.5L but not more than 3.0L average flush volume
  - 6 star relates to not more than 2.5L average flush volume.

### **WaterMark Relationship with WELS Ratings**

To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 1 certification applies to these types of products. This generally satisfies the technical requirements of AS/NZS 6400 and enables the establishment of the ratings based on the flush or average flush volume.

### **Tap Equipment**

The WELS Scheme applies to tap ware (equipment) that includes any tap or tap outlet that is for use over a basin, ablution trough, kitchen sink or laundry trough regardless of the operating mechanism. It does not apply to a tap that is used solely over a bath

Taps are differentiated based on the nominal flow rate @ 250kPa. However, flow rate measurements are made at 150kPa and 350kPa to determine flow rate regulation across this pressure range.

Tap ware is also required to satisfy basic material, design and performance requirements. These requirements are identified in AS/NZS 3718 (Water Supply – Tap ware) and the Standard that outlines the WELS requirements in terms of the star ratings, AS/NZS 6400. The technical requirements of AS/NZS 3718 enable the establishment of a rating based on the ‘the average flow rate’ as follows:

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

- more than 16L/min. or failing the performance requirement are nominated 0 star
  - more than 12L/min. but not more than 16L/min. are nominated 1 star
  - more than 9L/min. but not more than 12L/min. are nominated 2 star
  - more than 7.5L/min. but not more than 9L/min. are nominated 3 star
  - more than 6L/min. but not more than 7.5L/min. are nominated 4 star
  - more than 4.5L/min. but not more than 6L/min. are nominated 5 star
  - less than 4L/min. are nominated 6 star
- WaterMark Relationship with WELS Ratings

To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 1 certification applies to these types of products. This generally satisfies the technical requirements of AS/NZS 6400 and enables the establishment of the ratings based on the flush or average flow rate.

### **Urinal Equipment**

The WELS Scheme applies to the following product types:

- A combination of urinal and flushing control mechanism.
- A urinal fixture
- A urinal flushing mechanism

The WELS Scheme does not apply to waterless urinals or to those products utilised and promoted as enabling waterless urinals. The products are differentiated based on the flush volume, type and sophistication of the operating mechanism.

These requirements are identified in AS/NZS 3892 (Urinals) and the Standard that outlines the WELS requirements in terms of the star ratings, AS/NZS 6400. The technical requirements of AS/NZS3892 enable the establishment of a rating based on the flushing performance. Coupled with the type of operation the products can be rated as follows:

- more than 2.5L/single stall or 4L two stalls or equivalent width of continuous wall are nominated 0 star
- not more than 4L two stalls or equivalent width of continuous wall and conscious demand driven or smart demand operation are nominated 1 star
- not more than 2.5L single stall or equivalent width of continuous wall and conscious demand driven or smart demand operation are nominated 2 star
- not more than 2L single stall or equivalent width of continuous wall and conscious demand driven or smart driven operation are nominated 3 star

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

- not more than 1.5L single stall or equivalent width of continuous wall and smart demand operation are nominated 4 star
- not more than 1L single stall or equivalent width of continuous wall and smart demand operation are nominated 5 star
- not more than 1L single stall or equivalent width of continuous wall and smart demand operation with urine sensing device are nominated 6 star.

WaterMark Relationship with WELS Ratings To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 2 certification applies to urinal fixtures. This generally satisfies the technical requirements of AS/NZS 6400 and enables the establishment of the ratings based on the flush volume and operation type.

### **Flow Controllers**

The WELS Scheme applies to flow controllers that are installed either end of line or in line, generally in terms of supporting single fixtures or appliances. However, flow controllers cannot be rated in terms of direct use with a shower. Flow controllers are differentiated based on the nominal flow rate @ 250kPa. However, flow rate measurements are made at 150kPa and 350kPa to determine flow rate regulation across this pressure range. Flow controllers are required to satisfy basic material and design requirements. These requirements are identified in ATS 5200.037.2 (Flow Controllers) and the Standard that outlines the WELS requirements in terms of the star ratings, AS/NZS 6400. The technical requirements of ATS5200.037.2 enable the establishment of a rating based on the ‘the average flow rate’ as follows:

- more than 16L/min. or failing the performance requirement are nominated 0 star
- more than 12L/min. but not more than 16L/min. are nominated 1 star
- more than 9L/min. but not more than 12L/min. are nominated 2 star
- more than 7.5L/min. but not more than 9L/min. are nominated 3 star
- more than 6L/min. but not more than 7.5L/min. are nominated 4 star
- more than 4.5L/min. but not more than 6L/min. are nominated 5 star
- less than 4L/min. are nominated 6 star

WaterMark Relationship with WELS Ratings To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 1 certification applies to flow controllers. This satisfies the technical requirements of AS/NZS 6400 and enables the establishment of the ratings based on the average flow rate.

### **Clothes Washing Machines**

The WELS Scheme applies to washing machines for household or similar use as identified in AS 2040.2. Some examples of the washing machines are:

- Top loading non drum (impeller or agitator)
- Front and top loading drum type
- Washer function of combination washer/dryer

The calculation of a star rating index allows the determination of a Star Rating to the nearest ½ star, a star rating index of less than 1 receives a 0 star. Clothes washing machines are differentiated by their water consumption. This is calculated based on testing to AS 2040.2 on the higher claimed total water consumption for warm or cold wash.

### **WaterMark Relationship with WELS Ratings**

To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 2 (ATS 5200.101) certification applies to Clothes Washing Machines. There is no technical relationship between WELS and the WaterMark schemes.

### **Dishwashers**

The WELS Scheme applies to dishwashers utilised for household use as specified in AS 2007.2. Water efficiency is evaluated under the same testing requirements that are required to establish the energy efficiency.

The calculation of a star rating index allows the determination of a Star Rating to the nearest ½ star, a star rating index of less than 1 receives a 0 star. Dishwashers are differentiated based on water consumption per equivalent types (utilising place settings). WaterMark Relationship with WELS Ratings To satisfy the Plumbing approval requirements of the WaterMark Certification Scheme (WMCS) WaterMark Level 2 (ATS 5200.101) certification applies to Washing Machines.

There is no technical relationship between WELS and the WaterMark schemes.

## **EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA**

---

### **Further Information**

If you would like further information on the WaterMark Certification Scheme please visit our website under 'Assurance Services at <http://www.sai-global.com>

You are invited to contact us via email on [product@sai-global.com](mailto:product@sai-global.com) or via phone Australia/Asia: +61 2 8206 6322 Europe: +44 (0) 1926 85 4111 USA: +1 (419) 861 1689 SAI Global Limited.

## **VIII. VISITAS A TIENDAS Y DISTRIBUIDORES**

- **Building construction center:** Un buen sitio para exponer, tiene dos plantas, la primera compartida con cocinas y la segunda con otro equipamiento más específico para baños. Las marcas que exponían allí eran las siguientes:

1. Imperial ware
2. Heirloom genesis collection
3. Raymor tapware
4. Novelli tapware
5. Greens tapware
6. B tapware
7. Caroma
8. Hollywood bathroom
9. Kohler
10. Phoenix tapware
11. Vogue vanities
12. Surrey Tapware

En general, los diseños eran bastante anticuados, lo más moderno sería lo de Novelli y Green. Hay bastante diseño retro en general. Exponen para propietarios de viviendas y tienen folletos a disposición del público. Puede ser un buen escaparate ya que es un edificio dedicado a la construcción así que se saca provecho de constructores que vayan a ver otro tipo de materiales como puertas. El período de alquiler mínimo es un año. En general, las marcas eran de calidad aunque dentro de un marco de precio medio.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

---

- **Sydney Tap centre:** Importan marcas españolas como Windisch y Arte Bronce, solían traer Bellavista pero lo dejaron debido al precio. El principal problema de las exportaciones es el alto precio del euro y las subidas recientes en transporte y aduanas. Actúan por medio de agentes en la mayoría de sus compras. Para ellos, la marca España representa cualidad, algo que no tienen los productos chinos por ejemplo. Otro aspecto a resaltar es la introducción de un reglamento sobre complementos de baño, en especial a taps&shower&toilets que tendrán que ser más respetuosos con el medio ambiente ( water efficiency labelling system). Sólo aquellas empresas que puedan adaptarse a la nueva normativa sobrevivirán. Esto ayudará a reducir un mercado bastante fragmentado. Marcas más importantes en la tienda:
  1. Grohe
  2. Accent international
  3. Broadway
  4. kohler
- **DeDeCe:** Tienda de alto diseño, atiende a clientes de un segmento muy alto. La idea es dar una atención personalizada y no ser , en sus palabras, un supermercado. Sólo tienen una marca danesa llamada Vola y van a ser sus mayoristas en Australia. Según su opinión, la competencia barata tendrá que adaptarse a las nuevas medidas y no sobrevivirá. El principal problema para la importación de productos españoles es el valor del euro y la necesidad de traer un gran volumen para poder ser competitivos. Su tienda puede ser una buena salida para productos de muy alto nivel.
- **Sampford & Staff:** Es el mayorista de HansGrohe y traen sus productos de Alemania para poder distribuirlos posteriormente a tiendas como Domain, Hardware, Cass Brother or J&B. No vende al público. Su rango de precios varía según ellos, aunque en general, era caro. No se anuncia en ningún lado. Según ellos, el mercado está un poco en declive pero mejorará en cuanto los fabricantes chinos no pasen los nuevos standards. No hay una preferencia clara por parte de los consumidores australianos, la calidad dependerá del barrio en que se instalen los edificios. Para vender en el sector alto del mercado hace falta tener diseño y no solo calidad.
- **Accent Internacional:** Son productores australianos de grifería y distribuyen sus productos para uso comercial y residencial. Además de fabricar y vender su propia marca, el 50% de lo que venden es importado. Las importaciones se reparten a partes más o menos iguales entre marcas alemanas y danesas . Clasifican a su producto como de gama media-alta. Su principal distribuidora es Reece.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

---

- **Argent Australia:** Aunque Argent es una marca, sus productos estrella son las importaciones que llevan entre las que podemos destacar:

1. Grohe
2. Pom Dór
3. Villeroy & Boch
4. Bette

Pom Dór es una marca española de accesorios de baño. No están interesados en grifería española ya que son los agentes en exclusiva de Grohe.

- **Azurra:** Con sede en Brisbane, pertenecen a la empresa italiana del mismo nombre. Además de la marca Azzurra, comercializan a su vez Casa. Serían la competencia extranjera de cualquier producto español
- **Inovita:** Importa y distribuye los productos de Vitra. Son de origen turco y el 55% de sus exportaciones se dirigen al exigente mercado alemán. Venden a través de Plumbing Plus y a través de sus tiendas y su producto es de gama media-alta.
- **Kohler:** Compañía americana que comercializa sus propios productos. Además de la marca Kohler, que se sitúa en el segmento alto del mercado, fabrican Englefield de gama baja e importan Visentin, de diseño más europeo, en concreto de corte italiano. Distribuyen sus productos entre las principales distribuidoras como Harvey Norman , Plantec o Plumbing Plus. Según ellos, sus principales competidores son Grohe y Caroma.
- **Methven:** Compañía neocelandesa que diseña y produce sus propios productos. Comercializa sus productos principalmente a través de Tradelink, Reece, Tiendas independientes y de bricolaje (DIY).
- **Paco Jaanson:** Distribuidos por Arcop, además de Paco Jaanson, importan productos de Francia, Italia y Turquía. Considerarían importar productos españoles, siempre que sean de gama alta. Actualmente, importan la marca española de grifería Antonio Miró.

## EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO EN AUSTRALIA

---

- **Renaissance Bathrooms and Kitchens:** Compañía con sede en Brisbane, llevan cinco años en el Mercado. Importan de Malta, Suiza, Inglaterra y de China además de colaborar con dos empresas locales. Distribuyen sus productos en detallistas, grandes almacenes como David Jones...
- **Southcape:** Producen su propia línea de productos y además importan la marca italiana La Torre. Los productos españoles que conocen son Bronce y Sonia. No está interesado en importar a no ser que los productos cumplan todos los requisitos necesarios para ser comercializados en Australia. Importaron productos españoles en el pasado pero están decepcionados con respecto a su diseño y calidad, que según ellos, es inferior a otros países del mismo entorno.
- **JMJ Development Design:** Pequeña empresa dedicada a la construcción de edificaciones de lujo. Su manager, Maribel Caridad, explica que todo lo que compra es de marcas alemanas como Gaggenau, Hansa y Grohe principalmente. Hace años quisieron importar lavabos y grifería de España pero no pudieron debido a la legislación australiana, muy estricta en temas relacionados con el agua. Según ella, los productos españoles tienen un diseño muy elaborado, que no gusta a los australianos, de gusto más sencillo. Los productos alemanes, de gran calidad pero de diseño más discreto, encajan mejor con la idiosincrasia de los australianos.
- **Housing Industry Association:** Rob Beisel, manager del apartado de Bathrooms and Kitchens, me explicó que el gran boom de la decoración se produjo hace unos años, con la aparición de shows televisivos de decoración y bricolaje. Según Rob Beisel, la cocina tiene prioridad a la hora de renovar la casa, y se destina el resto del presupuesto al baño. En este sentido, las renovaciones del baño son parciales, cambiando partes del mismo como las baldosas o los muebles por ejemplo.
- **Porcelanosa:** Su agente en Australia, Frank Mantoviani, me indicó la gran competencia que sufren los productos europeos debido a la introducción de productos asiáticos. Comentó la dificultad de importar grifería a Australia como consecuencia de la nueva legislación. El mismo llevaba meses traer un producto de grifería sin resultado positivo en el momento del estudio.
- **Streamline Products:** Son los importadores de Roca desde hace unos ocho años. En el apartado de grifería, importan una grifería de lujo llamada Zuchetti, de origen italiano. Su dueño, Salvador Jornet, dirige este negocio desde hace unos 20 años, importando distintas marcas por todo el territorio australiano. Según él, el mercado se ha hecho más complicado por todo el grupo de legislaciones que tiene que cumplir. Por otro lado, destaca que pasar las distintas normativas australianas no es más difícil que obtener las certificaciones de ISO 2000 o ISO 2001. Los productos de origen asiático no son su principal competencia, aunque admite que ha dificultado la entrada en proyectos de edificación multivivienda, ya que los márgenes de precio son más estrechos. El principal mercado para la grifería de alta gama se encuentra en las renovaciones, donde los dueños están dispuestos a gastar más dinero. Por último, destaca el factor moda y prestigio en la venta de estos objetos, ya que la grifería no es tanto un bien necesario sino una muestra de estatus social.

