



SANDRA ET NOËL DOLAT - RÊVD'EAU (68)

« Les clients sont plus attentifs et prennent davantage le temps de décider »

Implantée depuis vingt ans à Soppe-le-Bas dans le Haut-Rhin, Rêvd'eau s'est forgé une réputation grâce à son sens du service et à une approche clé en main mêlant piscine, spa et aménagement extérieur. À la tête de l'entreprise, Sandra et Noël Dolat revendiquent une fidélité sans faille envers leurs clients comme envers leurs partenaires. Pour Enjeux Piscine, ils reviennent sur la saison 2025 et partagent leur regard lucide sur un marché en mutation, où l'adaptabilité demeure la clé de la réussite.

PAR MARJORIE MODI



Pouvez-vous présenter votre entreprise Rêvd'eau ?

Rêvd'eau est née il y a plus de 20 ans, d'un projet familial mené avec mon mari. Passionnés par le bien-être et l'aménagement extérieur, nous avons choisi de mettre notre savoir-faire au service des particuliers en créant notre propre structure. Au fil des années, nous nous sommes formés et spécialisés dans les piscines coques, bois et béton, mais aussi dans les liners, membranes armées et spas. Depuis la période Covid, la rénovation occupe une place de plus en plus importante, et la pose de membranes armées est devenue un axe fort de notre activité. Aujourd'hui, Rêvd'eau s'est imposée comme un acteur reconnu dans le Haut-Rhin, mais aussi dans les départements voisins comme le Territoire de Belfort, le Doubs et la Haute-Saône. Notre force réside dans la combinaison de l'expérience, de l'innovation et de la proximité, qui nous permet d'accompagner nos clients avec la même exigence depuis nos débuts.

Vous disposez d'un showroom réputé en Alsace. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Nous avons conçu un showroom de 300 m², unique dans la région par son architecture et



« Dans un marché plus sélectif, c'est la proximité et le service qui font la différence »

son ambiance chaleureuse. Je voulais en faire un véritable lieu de vie, où les clients puissent se projeter. On y trouve une piscine en eau équipée d'une filtration et d'un traitement au sel en fonctionnement, des spas, ainsi qu'une scénographie qui met en valeur nos équipements et accessoires. C'est un outil commercial puissant : les clients peuvent voir, toucher et ressentir.

Comment se positionne Rêvd'eau sur le marché ?

Notre grande force, c'est le service et la relation client. Depuis vingt ans, nous avons construit notre notoriété essentiellement grâce au bouche-à-oreille. Nous proposons des solutions clé en main – piscine, spa et aménagement extérieur – en partenariat avec des paysagistes et terrassiers. Cela permet au client de n'avoir qu'un seul interlocuteur, ce qui simplifie la conception et le suivi. Cet accompagnement global est un argument fort qui fait la différence. Nous insistons aussi sur le SAV : ce sont nos équipes, connues de nos clients, qui s'occupent d'eux, sans hotline impersonnelle. Cela rassure énormément.

Quel bilan tirez-vous de la saison 2025 ?

La météo nous a offert quelques belles semaines tardives, ce qui a prolongé les ventes



jusqu'en septembre et octobre. En Alsace, nous sommes plus météo-sensibles que dans le Sud, mais nous avons tout de même constaté une demande soutenue pour des bassins de petites dimensions, qui séduisent par leur rapidité d'installation et leur coût maîtrisé et sans papier administratif.

La saison 2025 a été marquée par une demande plus sélective, avec davantage d'orientations vers la rénovation et la modernisation des bassins. La pose de membranes armées sur piscines béton existantes a connu un réel succès. Nous avons maintenu un rythme solide. Grâce à la diversité de notre offre – construction, rénovation, spa et aménagement extérieur – nous avons su rester attractifs et compétitifs, tout en confortant notre position sur le marché.

Si vous deviez résumer 2025 en un mot ?

L'adaptation ! Nous avons su rester réactifs face aux nouvelles attentes tout en restant fidèles à nos valeurs : proximité, service et confiance. C'est ce qui fait notre solidité de-puis 20 ans.

« Grâce à la diversité de notre offre, nous avons su rester attractifs et compétitifs »

Quelles sont vos principales difficultés ?

Le recrutement demeure un vrai défi. Nous souhaiterions renforcer nos équipes pour répondre à la demande, mais il est difficile de trouver des profils qualifiés. Nous travaillons donc avec le soutien de centres de formation spécialisés, comme celui de La-Vôge-les-Bains, des agences interim...

Comment évoluent les attentes des clients ?

Les clients prennent plus de temps avant de s'engager, ils se renseignent davantage et recherchent surtout une garantie de suivi. Cela représente un vrai défi pour les pisciniers indépendants. Notre valeur ajoutée est d'offrir une solution complète : accompagnement personnalisé, conseils, mise en route, hivernage et SAV local. C'est ce qui fidélise notre clientèle et génère de nouvelles recommandations.

Quels outils de communication privilégiez-vous ?

Nous exploitons fortement les réseaux sociaux pour mettre en avant nos réalisations (chantiers, avant/après, retours clients). Cela valorise notre savoir-faire et nous rapproche d'une clientèle plus jeune. Nous optimisons





également notre visibilité sur Google et notre site internet, devenus des points de contact incontournables. Nous organisons aussi des événements ponctuels, comme notre Blue Friday sur une journée, qui dynamise les ventes et crée un rendez-vous attendu par nos clients. En parallèle, nous associons nos fournisseurs à des offres spéciales et renforçons notre programme de parrainage. Ces actions génèrent un fort engagement et contribuent significativement à nos ventes annuelles.

Et pour 2026, quelles perspectives ?

Nous avons déjà des signatures enregistrées dès l'automne, et nous misons sur les journées portes ouvertes d'octobre qui conditionnent la saison. L'avantage des coques est que nous pouvons lancer rapidement les chantiers dès le printemps. Malgré le contexte post-Covid et une moindre visibilité à long terme, nous restons confiants. Notre agilité et notre capacité à anticiper nous permettent de capitaliser sur ce qui fait notre force depuis 20 ans : proximité, service et confiance. Dans un marché en constante évolution, ce sont nos valeurs qui assurent notre solidité et notre avenir. ■

Fiche entreprise

Date de création : 2006

Magasin : showroom de 300 m²

Effectifs : 5 employés

CA : 1,5 millions d'€



Traitement de l'eau, filtration, pompe à vitesse variable, chauffage, couverture...
Interopérabilité : des produits communicants pour une piscine plus performante.



 kleréo