COMMUNIQUÉ DE PRESSE
NOVEMBRE 2026

AQUILUS SURPERFORME EN 2026 DANS UN MARCHÉ DE LA PISCINE EN PLEINE MUTATION

À l'occasion de Piscine Global, Aquilus, l'un des leaders français de la piscine et du spa, dresse le bilan d'une année 2026 marquée par le rebond du marché et sa propre année anniversaire. Bassins plus petits, clientèle plus jeune, piscines plus vertueuses, une demande qui gagne le nord du pays : l'enseigne décrypte les mutations en cours et annonce ses ambitions pour 2027, avec l'accélération de l'ouverture de nouvelles concessions.







Bilan 2026 : le marché rebondit, Aquilus accélère

Après le tassement observé en 2024 et 2025, le marché de la piscine retrouve des couleurs. Selon les chiffres intermédiaires de la Fédération des Professionnels de la Piscine (FPP), les ventes progressent de 12 % au premier semestre 2026. Le point de bascule remonte à l'été 2025 :

« Le bel été de 2025 a redonné aux consommateurs l'idée de réaliser une piscine », rappelle Xavier Fourel, Président d'Aquilus.

Pour le dirigeant, ce rebond confirme une constante. Ce ne sont pas les envies qui varient, mais les paramètres extérieurs : la météo et la conjoncture. Aquilus en a profité plus que le marché, sur la même période, au premier semestre 2026, ses ventes de piscines enterrées ont augmenté de plus de 20 %. Deux facteurs l'expliquent :

L'année des 45 ans :

dès le premier trimestre 2026, des offres et des nouveautés dédiées ont été lancées. Cette année anniversaire, qui se poursuit, a permis d'affirmer la marque.

La réactivité d'un réseau de proximité :

implantés localement, les concessionnaires sont des chefs d'entreprise ancrés sur leur territoire. Ce réseau permet à l'enseigne de répondre au marché au moment où il se présente.

« La piscine est devenue un équipement de la maison individuelle, et non plus un produit de luxe »

Si le marché repart, ce n'est pas à l'identique. Le premier changement se voit dans tous les jardins : les terrains rétrécissent, et les bassins avec eux.
Moins pensée pour nager que pour se rafraîchir, la piscine est devenue un véritable espace de vie.





Plus compacte, elle se passe aussi de suréquipement, et s'ouvre à une clientèle plus jeune. Là où elle arrivait il y a vingt ans, quand la maison était presque payée, il n'est pas rare que des trentenaires la construisent aujourd'hui en même temps que leur logement. Du kit à monter soi-même à la piscine clés en main, le système modulaire de l'enseigne permet de répondre à toutes ces envies.

Les acquéreurs veulent aussi être rassurés sur leur consommation d'eau et d'énergie. Aquilus y répond par des choix techniques faits de longue date : **des équipements qui consomment bien moins d'électricité et de produits de traitement** qu'il y a dix ou quinze ans, une piscine couverte qui perd très peu d'eau, et un système qui récupère le trop-plein après les pluies pour constituer une réserve, utilisée ensuite pour compléter le niveau en été. *« Notre démarche de piscine plus vertueuse a été lancée bien avant le pool bashing. Personne ne dit qu'une piscine ne consomme rien. Le sujet est de la rendre plus vertueuse »*, précise Xavier Fourel. Côté spas, la même logique s'applique, avec des modèles bien isolés, compatibles avec une pompe à chaleur, et la consommation électrique affichée pour chacun.

Reste que cet engouement redessine la carte du marché. Dans le Nord, la demande progresse plus vite qu'en PACA, où le taux d'équipement est déjà très élevé : Normandie et Hauts-de-France, portées par des étés plus chauds, rattrapent leur retard. Aquilus y est présent, mais encore avec une densité limitée.

Ambitions 2027

Pour suivre ce déplacement de la demande, Aquilus accélère son développement en 2027. L'enseigne, qui compte aujourd'hui près de 60 concessions, vise 80 implantations d'ici cinq ans. Elle cible en priorité les territoires en croissance où elle n'est pas encore présente.

« C'est un métier de proximité et de service : sans concessionnaire, nous n'avons pas d'offre possible pour le consommateur sur ces territoires », explique Xavier Fourel.

Pour devenir concessionnaire Aquilus, il n'est pas nécessaire de venir de la piscine. Salariés en reconversion, entrepreneurs d'un autre secteur ou indépendants de la piscine désireux de rejoindre une enseigne, des parcours variés peuvent s'y retrouver. L'école de formation interne transmet les méthodes et les codes du métier.



« Ce marché est globalement simple à s'approprier dès lors que l'on est méthodique, organisé et bien accompagné », estime Xavier Fourel. Aquilus sera présent à Piscine Global pour échanger avec celles et ceux que ce projet intéresse.

L'offre suit le même mouvement. Le catalogue piscines d'Aquilus sera réajusté vers les bassins de plus petites dimensions, et les équipements (filtration, traitement automatique, nettoyage, couverture, pilotage à distance) seront renforcés. De nouvelles options de confort permettront aux clients qui nourrissent un projet ambitieux dans un bassin compact de reporter une partie de leur budget sur des équipements haut de gamme.

« Nous n'avons pas une typologie d'acheteurs unique : il faut satisfaire ceux qui ont les budgets les plus serrés comme ceux qui ont les projets les plus ambitieux. 2027 sera une année riche en nouveautés, notamment en accessoirisation » explique Jérôme Courat, Directeur Commercial Aquilus.

Côté bien-être, après les produits lancés pour ses 45 ans, Aquilus élargit sa gamme avec de nouveaux spas et des équipements comme le sauna, la cabine infrarouge ou le hammam, qui entrent peu à peu dans la maison individuelle.



Et dans les cinq prochaines années ?

« L'attrait pour la piscine va continuer de progresser, y compris sur les territoires plus au nord. Nous allons être de plus en plus sur un métier de service, d'accompagnement de l'offre produit. Notre modèle, avec des concessionnaires implantés sur leur territoire et dotés de la compétence technique pour vendre, construire et maintenir les piscines, est parfaitement en phase avec ce dont les consommateurs ont besoin et envie. Une entreprise comme la nôtre, qui a 45 ans et en aura 50 dans cinq ans, a la capacité de répondre de façon bien plus pragmatique aux besoins des consommateurs.
La proximité que nous avons voulu créer avec nos clients va donc se renforcer, ainsi que nos offres de service, tout simplement parce que la piscine n'est pas un produit inerte : c'est un produit vivant, qui a besoin d'être suivi. »

Xavier FOUREL, Président d'Aquilus.

Crédits photos : © Aquilus Groupe / © Thierry Rousseau.

CONTACTS MÉDIAS

Aquilus Piscines & Spas
Noémie Boudra
Responsable Communication et Marketing
Tél : +33 (0)4 75 03 55 15
n.boudra@aquilus.fr

Crieur Public
Eléa Delienne - Tél : +33 (0)6 45 65 19 40
elea.delienne@lecrieurpublic.fr

Communiqué de presse et visuels téléchargeables en Newsroom https://www.lecrieurpublic.fr/newsroom/