

Strasbourg / 30% de croissance, boom à l'export

# Aquatique Show ouvre des chantiers jusqu'à l'Oural

Concepteur et prestataire de spectacles dans le monde entier, la société strasbourgeoise Aquatique Show accumule aujourd'hui les contrats dans les pays de l'ancien bloc soviétique en tant qu'aménageur urbain de fontaines animées et interactives.

■ «Le premier trimestre 2008 sera très chaud». Au rythme où Dominique Formhals, le PDG, et son bras droit Jean Kohler engrangent les commandes depuis quelques mois, les équipes d'Aquatique Show, 24 personnes, ont du pain sur la planche: deux grosses installations en Géorgie, une en Afrique du Sud et le renouvellement de tout le dispositif de fontaines de jets d'eau de la célèbre villa Rothschild à Saint-Jean-Cap-Ferrat. «Cette année, nous avons réalisé deux très importantes installations, l'une au Turkménistan, l'autre en Arménie,



Les nuits d'été 2007 de Moscou étaient griffées Aquatique Show. (Document remis)

entier: deux par soirée durant les mois d'été 2007 à Moscou (380 000 euros de chiffre d'affaires), un spectacle unique avec des écrans d'eau et six semaines de répétition pour la fête nationale de Singapour au mois d'août (700 000 euros), les festivités de l'anniversaire d'Elton John...

**«Les marchés d'exportation représentent plus de 90% de notre activité»**

Dès le mois de mars, la société alsacienne va démarrer le chantier de ce qui sera le plus grand théâtre d'eau en Europe, au Puy du Fou (2 millions d'euros). Et à Shanghai, elle est entrée en négociation finale pour le marché de l'Exposition universelle de 2010.

L'enjeu? Une affaire de 7 millions d'euros. «Sans les marchés d'exportation, nous n'existerions pas, ils représentent désormais plus de 90% de notre activité», constate le dirigeant, lui qui vient d'être nommé conseiller du commerce extérieur de l'Alsace. Une mission qui l'honore: «Compte tenu de notre expérience sur les grands marchés mondiaux, ceux notamment du Moyen-Orient depuis quinze ans, et surtout de notre carnet d'adresses, j'espère bien pouvoir entraîner dans notre sillage des PME alsaciennes. Vous savez, lâche-t-il, l'exportation est moins difficile qu'il n'y paraît. Pourvu qu'on ait un bon produit».

**Christian Lienhardt**

## Pique-nique géant à Furdenheim

Après une pause d'un an, l'entreprise strasbourgeoise Aquatique Show fera, en août prochain, son grand retour festif à Furdenheim. Mais plus de spectacle géant qui soit la réplique de ce qui se fait à Dubaï ou à Las Vegas. Non, l'équipe de Dominique Formhals et de Jean Kohler réfléchit actuellement à l'organisation d'un pique-nique géant, comme il en existe outre-Manche, autour d'un orchestre philharmonique. Du grand spectacle tout de même qui devrait drainer plusieurs milliers de festivaliers, avec en prime des jets et des écrans d'eau à couper le souffle...

pour 2,4 millions d'euros», indique le PDG.

«Historiquement, dit-il, les capitales des pays de l'ancien bloc communiste étaient bien pourvues en matière de fontaines publiques. Mais depuis 15 ans, tout était à l'abandon». Or les réalisations en 2005 et 2006 d'Aquatique Show aux centres-villes de Tbilissi et d'ailleurs ont suscité un ap-

pel d'air. «Plutôt que de tout arracher, de détruire leur patrimoine, nous encourageons nos clients à réhabiliter les installations, à les convertir aux nouvelles technologies et à y associer des possibilités d'animation et de spectacles sonores et lumineux».

Marginale dans le passé, cette activité d'aménageur re-

présente aujourd'hui 70% d'un chiffre d'affaires qui aura atteint cette année les 11,5 millions d'euros, soit 30% de plus qu'en 2006, avec toujours une marge nette de l'ordre de 20%. «On a parfois l'impression que nos clients jouent une partie de monopoly planétaire, chacun veut présenter à ses voisins, à ses invi-

tés, la meilleure et la plus belle image possible», commente Jean Kohler. Avec les pays d'Europe de l'Est, anciennement sous le joug soviétique, l'entreprise strasbourgeoise réalise à présent le tiers de son activité.

Mais cela n'empêche pas Aquatique Show de multiplier les spectacles dans le monde

## Une fondation pour promouvoir l'Alsace

■ Le PDG d'Aquatique Show, Dominique Formhals, lance une fondation privée dotée au départ de 150 000 euros et dont la vocation est de promouvoir l'Alsace à l'étranger, sous toutes ses facettes.

Globe-trotter une bonne partie de l'année, Dominique Formhals est tout naturellement un ambassadeur de l'Alsace, de son image, de sa culture et de ses traditions. Mais lucide, il sent bien que cette région française baignée par le Rhin, symbole de la réconciliation franco-allemande, berceau de l'Europe des hommes et des peuples, mériterait d'être mieux connue dans le monde. Certes, les collectivités locales et leurs agences y travaillent, avec détermination, mais le patron d'Aquatique Show entend aller plus loin en met-

tant en mouvement les forces du privé.

D'où son initiative de créer une fondation spécifique et dédiée à cette cause, la première du genre à voir le jour en Alsace à l'instigation d'un acteur du privé, de la société civile.

### Un tour de table dès janvier

Et qu'on ne s'y trompe pas: Dominique Formhals n'entend pas mélanger les genres et les casquettes. «J'initie le projet, je lance la fondation avec plusieurs de mes collaborateurs, j'apporte de l'argent au départ, mais je ne prendrais pas la présidence». Car l'homme veut entraîner dans son sillage d'autres industriels de la région, d'autres dirigeants de sociétés en croissance, de fleurons de l'économie d'aujourd'hui.



Dominique Formhals: contribuer au rayonnement de l'Alsace hors de l'Hexagone. (Photo DNA)

Des noms? Il en a déjà quelques-uns en tête, souvent des amis, mais Dominique Formhals ne veut brusquer personne, il laisse ici le

temps au temps, à l'opposé de son tempérament très sarkozien dans les affaires. «Dès les premiers jours de janvier, je vais réunir un tour de table

### Synergies citoyennes

Ce montant, c'est Aquatique Show qui le met sur la table. D'ailleurs, Dominique Formhals ne cache pas qu'il va recourir aux dispositions de la législation actuelle qui permettent de déduire 60% des versements à une fondation de l'impôt sur les sociétés dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires de l'entreprise. Un bonus fiscal qui de-

vrait, selon lui, inciter d'autres entrepreneurs du privé à s'investir ainsi dans cette croisade en faveur d'un rayonnement de l'Alsace hors de l'Hexagone. Bref, c'est pour lui un acte de citoyenneté.

Sur les actions que va mener la fondation, Dominique Formhals n'a aucun a priori: «Cela peut aller d'un spectacle organisé à l'étranger pour magnifier l'image de l'Alsace au financement de stages d'étudiants qui mettraient en œuvre un projet à vocation internationale. Rien n'est figé, nos actions restent à inventer». Et il est clair qu'elles vont, d'une façon ou d'une autre, s'articuler et entrer en synergie avec les actions menées par les collectivités territoriales et leurs satellites.

**Chr. L.**