

Publié le 24 septembre 2009

## Crise économique : Les parcs à thème tirent leur épingle du jeu

Les parcs à thème de l'hexagone gérés par des sociétés d'économie mixte ont enregistré une bonne fréquentation cet été. Le bilan annuel sera positif, malgré la crise économique ambiante. Les sites de découverte et de loisirs ont perdu une partie de leur clientèle étrangère, mais ont profité des visiteurs français venus en force. C'est aussi la politique de renouvellement d'une offre de qualité, initiée depuis 3 à 5 ans, qui s'avère payante. Coup de projecteur sur le Futuroscope (Vienne), Micropolis (Aveyron) et Vulcania (Auvergne).



La crise semble épargner les parcs à thème qui affiche leur satisfaction même si l'épidémie de grippe A continue à susciter des craintes. La plupart affiche une santé insolente à l'heure où beaucoup d'autres secteurs font grise mine. Le succès est au rendez-vous aussi bien au [Futuroscope](#) (Vienne), qu'à [Micropolis](#) (Aveyron) ou à [Vulcania](#) (Auvergne), trois parcs dirigés par des sociétés d'économie mixte.

La croissance du nombre de visiteurs est avant tout la conséquence d'une politique d'innovation mise en place depuis trois à quatre ans. Les parcs n'ont pas hésité à fortement investir pour se doter d'une scénarisation réfléchie qui leur donne aujourd'hui une véritable dimension d'évasion et d'expérience. S'ils seront fermés, comme chaque année, une partie de l'hiver, c'est pour mieux préparer leur redémarrage en février ou en mars avec de nouveaux spectacles ou expositions et de nouvelles attractions qui font la part belle aux technologies de pointe. Car le renouvellement de l'offre est le nerf de la guerre de ces Sem dédiées au loisir et à la découverte. Toutes récoltent les

fruits d'une stratégie créative comme au Futuroscope qui a accueilli à fin août 50 000 visiteurs de plus que la saison dernière ou à Vulcania qui a vu sa fréquentation augmenter de 4 %. Avec 86 % de sa clientèle provenant de l'extérieur de l'Auvergne et des forfaits « parc + hébergement » en hausse de 104 % par rapport à 2008, ce dernier s'affirme désormais comme une destination à part entière dont profite l'ensemble du tourisme auvergnat. « Nos visiteurs viennent de toute la France même si cette année nous notons une progression plus significative des bassins situés à trois heures comme Midi-Pyrénées, Paca ou Bourgogne », précise François Heid, directeur Marketing de Vulcania.

Globalement cette croissance estivale est portée par une augmentation du panier moyen (+5 % par exemple au Futuroscope), dont a largement bénéficié la restauration des parcs. Vulcania n'a d'ailleurs pas hésité à ouvrir au grand public cet été son restaurant habituellement réservé aux groupes. L'hôtellerie ressort également gagnante de cette tendance avec une nette augmentation des nuitées dans les hôtels proches des sites.