

Publié le 28 juillet 2020

Parc de Saint-Cyr : Opération séduction !

Contre la Covid, la SAGA oppose la rage... Celle de réussir, coûte que coûte, la saison qui démarre enfin. Il est vrai qu'à deux pas du Futuroscope, le Parc de Saint-Cyr ne manque pas d'atouts. Ni d'idées pour doper son attractivité.



Ce qui est fait est fait. Ou pas justement ! Sans s'étendre donc sur les ponts de mai avortés, le directeur général de la SAGA, Christophe Jaulin, fixe l'horizon estival : avec son camping**** au cœur d'un site de 300 hectares offrant plan d'eau aménagé, golf et restaurant, le Parc de Saint-Cyr réalise ordinairement les trois quarts de son chiffre d'affaires en juillet-août ; 2020 ne doit pas déroger à la règle !

Tee pour tous !

Pour relever le défi, la SAGA mêle promotion et animation. En s'appuyant sur le golf d'abord. Certes, ce dernier accuse une perte de 90 000 euros sur les 600 000 euros attendus, mais ledit sport de

plein air est plus qu'attractif en ces périodes de distanciation obligée. D'ailleurs, les aficionados (plus de 550 membres à l'année) ont renoué avec le green dès le 11 mai. « Afin d'amplifier cette tendance, de nouvelles offres tarifaires ont été créées et des animations sans rassemblement prévues jusqu'à fin août pour permettre aux joueurs d'évoluer dans leur handicap. Enfin, nous proposons aussi, tout l'été, un package « golf/restaurant/hébergement » attrayant pour les courts séjours », décrit le responsable de l'Epl.

Les locaux pour se remettre à flot

Deuxième axe : développer le tourisme affinitaire. Côté parc et camping, l'affaire est en effet plus complexe avec des protocoles exigeants, (jauge piscine et aquazone, désinfection régulière des transats, sanitaires, hébergements...) et la baisse attendue des clients étrangers, soit un quart des locations d'hébergement. Pour rattraper la donne, l'Epl parie donc sur les visiteurs locaux. « Appuyés sur le label « Pavillon bleu » obtenu cette année par notre plage ainsi que sur nos nouveaux d'Eco'Lodges, nous communiquons largement dans la presse, sur France Bleu et sur les réseaux sociaux, en ciblant plus particulièrement les départements de Nouvelle Aquitaine », décrit Christophe Jaulin. Cette campagne profite pleinement de l'accompagnement des collectivités : plan de relance de la Vienne, avec ses chèques tourisme de 50 à 120 euros et ses entrées offertes aux jeunes Poitevins, lignes régionales de cars interurbains proposant des dessertes estivales à petits prix. Et sur place, des animations multiples attendent les estivants, itinéraires découvertes en lien avec le Centre permanent d'initiation à l'environnement ou séances de yoga... Toutes dans le respect des gestes barrières, bien sûr, mais sans fermer la porte au plaisir !