

Publié le 23 septembre 2009

Synergie touristique : Vulcania, tout feu tout flamme

Lancé en 2007, le Nouveau Vulcania a renoué avec la croissance grâce au renouvellement de sa scénographie. Le parc devrait encore dépasser cette année son objectif de 300 000 visiteurs, contre 220 000 en 2006. L'hôtellerie et la restauration bénéficient largement de cet engouement. Des partenariats se sont créés avec des hôteliers pour créer des forfaits qui ont connu un franc succès sur Internet en 2009. Après une phase de repositionnement et de transformation, Vulcania entre dans une étape de consolidation.



Jules Verne n'aurait pas fait mieux : c'est un véritable voyage dans les entrailles de la Terre que propose Vulcania. Ou plutôt le Nouveau Vulcania, en pleine métamorphose depuis trois ans. Les nouvelles attractions qui ont vu le jour ont séduit le public, appuyées par une campagne de communication efficace, chargée de véhiculer une image moderne, attrayante et dynamique. « L'objectif de 300 000 visiteurs – contre 220 000 en 2006 – a été atteint dès l'an dernier. Cette année s'annonce également comme un bon cru », commente Catherine Damesin, directrice de la [Sem Volcans](#) qui gère le parc. À l'issue de la période estivale 2009, le parc a en effet enregistré une progression de sa fréquentation d'environ 4 %, soit 10 000 visiteurs supplémentaires par rapport à 2008.

Le Parc récolte ainsi les fruits d'un bouche-à-oreille positif lié au renouvellement de ses attractions et à la qualité de son accueil. Conséquence directe de la satisfaction des clients : l'allongement de la durée de visite qui atteint maintenant les six heures, contre trois à quatre heures en 2006. Un

phénomène dont bénéficie tous les services du parc dont les boutiques et surtout la restauration, en hausse de 26 % sur l'été. Quant aux dernières nouveautés, elles se retrouvent dans le top 5 des attractions préférées des visiteurs.

C'est toute l'économie locale qui bénéficie de ce succès. Il y a trois ans, un cabinet d'étude estimait déjà entre 32 et 48 millions d'euros les retombées économiques sur la région. Cet été, 89 % de la fréquentation du Parc est venue de l'extérieur de l'Auvergne, profitant des offres de séjours « entrée + hôtel » proposées en ligne sur le site Internet de Vulcania. Le nombre d'entrées liées à des forfaits a ainsi doublé en un an, passant de 7 500 au 31 août 2008 à 15 000 cette année. « La collaboration avec l'ensemble des acteurs touristiques locaux s'est renforcée au cours des deux dernières années », explique Catherine Damesin. « Les visiteurs profitent de Vulcania pour découvrir l'Auvergne. il est l'élément déclencheur d'un séjour dans la région pour 52 % des visiteurs du Parc contre 40 % en 2007 ».

Pour les vacances de Toussaint, les familles pourront profiter d'un forfait particulièrement attractif avec la nuit offerte pour les enfants. Actuellement ouvert du mercredi au dimanche, le parc sera à nouveau ouvert 7 jours sur 7 du 24 octobre au 11 novembre pour accueillir les vacanciers. Puis ce sera la réouverture le 24 mars 2010 avec de nouvelles surprises !

Par Marie-Anne RAMAZZINA