

---

# Parcs de loisirs : un modèle de développement pour l'ensemble des lieux de visite ?

La revue ESPACES consacrait dans son numéro de MARS-AVRIL 2021, un article sur **le décryptage des parcs de loisirs en France**. Faisons le point sur l'évolution de ce secteur, fortement impacté par la pandémie du Covid-19. En quoi ses objectifs et enjeux peuvent demain s'appliquer à toute l'offre touristique accueillant du public ?

## Le poids et le profil des visiteurs « loisirs » dans l'Oise

### 71% de la fréquentation touristique de l'Oise

Ce sont plus de 3,3 millions de visiteurs qui profitent des équipements de loisirs du département chaque année, ce secteur représentant **71%** de la fréquentation touristique globale de l'Oise (données 2019).

Parmi ces activités de loisirs, ce sont les parcs d'attractions qui ont la côte avec 3 millions de visiteurs accueillis en 2019 dont 2 324 000 au Parc Astérix. D'ailleurs, la fréquentation des parcs de loisirs est la 2ème motivation de visite pour les touristes et excursionnistes, après l'attrait du patrimoine historique et des musées du département.

Il est important de noter que ces données de référence ne sont pas liées à une conjoncture spécifique impactant l'activité du secteur. En effet, le contexte exceptionnel de crise sanitaire en 2020 a engendré une baisse de fréquentation - 45% des équipements de loisirs (-40% de visiteurs au Parc Astérix soit 1,4 millions). [LIEN CHIFFRES CLES 2020]

### Le secteur des loisirs au service de l'économie touristique

Le secteur relatif aux activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes représente 9,2% des emplois touristiques de l'Oise, soit **plus de 1000 emplois**.

25,9 millions d'€ sont investis chaque année dans les parcs de loisirs soit 27,9% des investissements touristiques annuels dans l'Oise (moyenne annuelle 2016-2017-2018).

### Des visiteurs à la journée qui revivent l'expérience

Les visiteurs des parcs de loisirs sont principalement des **familles** (77% des visiteurs) et un visiteur sur deux a **entre 35 et 49 ans**. 85% des visiteurs de parcs de loisirs dans l'Oise sont des **excursionnistes** c'est-à-dire qu'ils sont en visite dans le département pour la journée contrairement aux touristes (15% des visiteurs) qui y séjournent au moins une nuit.

La majorité des visiteurs qui fréquentent ces parcs (69%) sont déjà venus auparavant pour du tourisme sur le département, il s'agit donc d'une **clientèle de repeaters** souhaitant revivre l'expérience à plusieurs reprises.

### Un panier moyen à 28€

Les visiteurs de parcs de loisirs dans l'Oise dépensent en moyenne **28€ dans leurs activités/visites**, 15€ pour se restaurer et 10€ en souvenirs/cadeaux durant leur excursion ou séjour (données 2019 par visiteur).

## 5 éléments clés de l'article de la Revue ESPACES

### 1. Une offre touristique très concurrentielle

Et oui car derrière son appellation générique, il faut savoir que le secteur cache une **grande diversité de l'offre** : on pense effectivement en premier lieu à l'attraction mais on retrouve également les spectacles culturels, les innovations technologiques ou découvertes scientifiques, les zoos et parcs animaliers, parcs

aquatiques ou encore les hybrides.

## 2. Un secteur très impacté par la crise sanitaire

Solide, le marché des parcs à thème a pourtant lui aussi dû faire face à la pandémie. Une **saison plus courte** que d'habitude, des **fermetures administratives successives et inégales**, une **notion de promiscuité** relayée par les médias qui a détourné les visiteurs vers des loisirs plus « grandeur nature » : globalement, on estime une **baisse de 50%** de la fréquentation dans les parcs de loisirs sur 2020.

*Dans l'Oise, le Parc Astérix, à l'image de l'ensemble des parcs, affiche une baisse de 40% de fréquentation en 2020.*

## 3. Une sortie de crise qui passera par l'innovation et les investissements

Il apparaît indispensable pour les parcs de loisirs de s'orienter vers une politique offensive, qui visera à **attirer, satisfaire et fidéliser** les futurs visiteurs.

Comment ? En proposant des nouveautés, pour surprendre une clientèle plutôt régionale, déjà habituée au site. Cela passera notamment par de nouvelles attractions, activités ou services.

Un autre enjeu soulevé est celui de l'**innovation maîtrisée** avec des offres moins coûteuses, qui s'intéresseront davantage à la qualité d'expérience client (compatible avec le Covid-19 ?) qu'à la « simple » décoration.

*Exemple du Parc Astérix et sa nouvelle attraction « Toutatis » attendue pour le printemps 2023 : le plus grand Roller Coaster de France avec une vitesse maximale annoncée à 107 km/h. Le budget de ce « grand 8 » est estimé à 30 millions d'euros, avec les boutiques, restaurants et aire de jeu, générant 8 millions de chiffre d'affaires additionnel à raison de 140 000 entrées supplémentaires. De quoi compenser l'arrêt du Delphinarium (source : [lesechos.fr](http://lesechos.fr))*

## 4. Le concept du parc de destination et des courts-séjours

Pour agrandir leur zone de chalandise, les parcs vont devoir développer leur offre d'hébergement, permettant aux visiteurs des régions voisines, voire de l'étranger, de pouvoir passer la nuit sur place ! De quoi élargir sa cible de clientèle et augmenter le panier moyen du visiteur en séjour au parc.

*C'est le cas du Parc Astérix qui met en oeuvre les recettes gagnantes ! Avec 3 établissements hôteliers dont le dernier en date, l'hôtel 4\* Les Quais de Lutèce, offre une capacité de 149 chambres et 597 lits supplémentaires au parc en 2020. Et la Compagnie des Alpes (CDA) n'entend pas en rester là ! Récemment, elle a présenté les grandes lignes du projet « Grand Astérix » visant à transformer le complexe de parc de loisirs en destination touristique avec notamment la réalisation d'un 4ème hôtel thématique qui abriterait 250 chambres, ce qui porterait la capacité hôtelière du parc à plus de 700 chambres. (source : [lesechos.fr](http://lesechos.fr))*

## 5. Faire face aux nouveaux comportements du client

D'un côté, il y aura une énorme envie de retourner dans les parcs, de se retrouver en famille, entre amis. De l'autre, un comportement plus frileux avec une peur de la foule qui se posera, entraînant ainsi une baisse estimée de 20 à 30% de fréquentation.

Pour pallier ces phénomènes : la décongestion !

Une maîtrise de la gestion des flux qui passera notamment par les nouvelles technologies comme par exemple les applications mobiles avec e-billet, programme, plan et informations diverses sur le parc, réservation et pré-paiement du repas au restaurant, temps d'attente dans les files, réservation de créneau de passage permettant de fluidifier le trafic...

Enfin, l'impact social & environnemental est également de plus en plus ancré dans les esprits et devient un enjeu de communication pour les lieux de visite accueillant du public.



Article de la Revue ESPACES  
MARS-AVRIL 2021  
Par Brice LAHAYE

LIRE L'ARTICLE COMPLET



## Une analyse à transposer à l'ensemble des lieux accueillant du public

L'article en question traite des parcs de loisirs mais les enjeux évoqués s'appliquent à l'ensemble des lieux de visite ouverts au public. Ce ne sont pas des phénomènes nouveaux, mais des phénomènes d'avant crise, qui vont se développer, s'accroître :

### Le choix d'une thématique affirmée

Tout lieu de visite, que ce soit un jardin, un musée, un château... doit trouver sa ligne directrice forte, associée à une mise en scène où on raconte une histoire ludifiée. L'idée est d'affirmer davantage sa thématique en ne mettant ensuite en place que des actions qui viendront nourrir le thème.

A l'instar du Parc Astérix, qui a décidé de se concentrer sur son activité historique de parc d'attractions et l'histoire de la BD avec en projet la réalisation d'un 4ème hôtel thématique et de deux restaurants thématiques, dernièrement, la Maison de la Pierre et le Musée La Mémoire des Murs-Serge Ramond ont décidé de travailler ensemble sur l'identité forte de la Pierre, réel ADN de ces 2 équipements.

### Maîtriser sa fréquentation pour pouvoir réagir face à une crise sanitaire.

Pour certains équipements comme les châteaux de Chantilly, Pierrefonds ou Compiègne, la gestion des flux peut devenir rapidement un enjeu majeur.

Néanmoins, tous les lieux de visites, peu importe leur capacité d'accueil, peuvent être touchés.

Si demain, les autorités gouvernementales venaient à fixer une jauge de visiteurs par m² applicables à tous les lieux de visite, comment réagir ? Aujourd'hui, il faut s'outiller et avancer sur la dématérialisation de la réservation pour des e-billets, horodatés.

Cela permettra d'adapter sa jauge par rapport à tout nouvel événement sanitaire imposé par une autorité nationale ou locale.

### Poursuivre l'impact social

La notion d'ancrage local doit être intégrée dans la réflexion de tout nouveau projet.

Un projet de boutique en ligne ? Proposez des articles identitaires du territoire, produits dans l'Oise.

Envie de proposer un service de restauration ? Utilisez les circuits courts pour vous approvisionner, dirigez-vous vers des produits locaux auprès de commerçants de votre secteur.

*Les virus de demain seront des coronavirus. De quoi susciter beaucoup de questions. Dès aujourd'hui, il faut anticiper sur les flux de visiteurs et imaginer une scénographie compatible avec un protocole sanitaire qui ne permettra plus au visiteur de « toucher ».*

*Comment l'univers sonore pourrait-il alors répondre aux nouveaux enjeux en nous transportant, nous faisant voyager, jouer notre imaginaire... ? Miser sur les autres sens du visiteur comme le son semble être une piste sérieuse.*



Agence de  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE

