

Les parcs de loisirs de l'Oise, une force économique !

A l'occasion des 60 ans de la Mer de Sable en 2023, intéressons-nous au poids des parcs de loisirs dans l'économie touristique de l'Oise.

Des parcs de loisirs qui séduisent toujours plus !

Les parcs de loisirs, **2ème motivation de visite dans l'Oise** après la découverte du patrimoine historique, ne cessent d'attirer les visiteurs au fil des années. En 2022, ce ne sont pas moins de **3,5 millions de visiteurs qui se sont rendus dans les parcs de loisirs** du département* soit +53% par rapport à 2021 et +11% par rapport à 2019 (année de référence hors crise sanitaire).

C'est également au niveau régional que l'Oise se démarque avec la première place du podium attribué au **Parc Astérix : site touristique le plus visité dans les des Hauts-de-France** chaque année devant Nausicaá, le plus grand aquarium d'Europe situé dans le Pas-de-Calais. En effet, le **Parc Astérix** affiche une fréquentation 2022 en hausse avec **2,6 millions de visiteurs accueillis** soit une augmentation de **+95%** par rapport à **2021** et **+13%** par rapport à **2019**.

Mais ce n'est pas le seul parc de loisirs dans l'Oise qui affiche des chiffres records. Le parc de la **Mer de Sable** enregistre une fréquentation de **+51%** en 2022 (+22% vs. 2019) soit près de **400 000 visiteurs accueillis**. Le **Parc Saint-Paul**, quant à lui, a accueilli plus de **360 000 visiteurs** soit +65% par rapport à 2021 (-6% vs. 2019).

Ce sont principalement les **familles** qui fréquentent les parcs de loisirs du département. Les parcs savent d'ailleurs fidéliser leur clientèle puisqu'**1 visiteur sur 3 revient** dans les parcs de loisirs du département après s'y être rendu une première fois.

**Le nombre de visiteurs prend en compte la fréquentation du Parc Astérix, Mer de Sable, Parc Saint-Paul, Parc Chédeville, La Tour Roland, Cariwood, Parc Aventure de l'étang des loups. La comparaison annuelle de la fréquentation (2019 et 2021) se fait sur les mêmes équipements.*

Quel poids dans l'économie touristique de l'Oise ?

Les visiteurs des parcs de loisirs génèrent **495 millions d'€ de dépenses touristiques par an**** sur le département concernant les transports utilisés durant le séjour, les visites/activités, l'hébergement ou encore l'achat de souvenirs. Sur le montant total, 291 millions d'€ sont dépensés dans les hébergements touristiques du territoire. Les parcs de loisirs font également l'objet de **30 millions d'€ d'investissements touristiques** chaque année***.

Les parcs de loisirs, c'est également 1 000 emplois soit 9% des emplois touristiques du département.

***Estimation sur l'année 2022 réalisée à partir du montant moyen de dépense d'un visiteur et du nombre de visiteurs accueillis dans les parcs de loisirs.*

****Moyenne des années 2017, 2018 et 2019.*

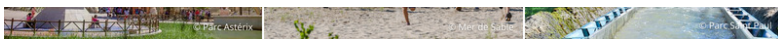


Céline BAUDOUX

Chargée de
l'Observatoire du tourisme
et d'études

Tél. : 03 64 60 60
21





La Mer de Sable : 60 ans après, toujours là !

Le 6 juin 1963, ouvrait le premier parc à thème de France : la Mer de Sable. Et oui car à l'époque, il n'y en avait pas ! C'était une offre très avanguardiste, qui a vécu « facilement » ses 30 premières années car c'était nouveau pour tout le monde et il était seul...

Ce qui est surtout intéressant de comprendre c'est comment les 30 années suivantes se sont passées ? Après l'ouverture des autres parcs (Disneyland Paris, Parc Astérix etc.) comment la Mer de Sable a fait pour résister ?

Entretien avec...



Antoine La Carrière
Directeur



Comment expliquez-vous le succès de la Mer de Sable, 60 ans après ?!

Les parcs régionaux en général ont **le vent en poupe**. C'est plus facile pour y aller, on peut réserver un peu à la dernière minute, les tarifs des billets d'entrée sont attractifs, au final ça donne un parc qui cartonne ! A la Mer de Sable, nous avons atteint un chiffre d'affaires de **11,3 millions d'euros** en 2022 (+32% par rapport à 2019).

Notre succès résulte de plusieurs facteurs :

Le premier est **la proximité**. En effet, l'accès est facile pour les visiteurs régionaux. On est presque sur un achat d'impulsion. Pas besoin de s'y prendre 2 mois à l'avance pour réserver ses billets. On peut attendre les prévisions météo aussi ☺

Le deuxième est **le rapport qualité/prix** pratiquement imbattable des billets d'entrée, mais aussi des produits proposés à l'intérieur du parc. Les coûts sont intéressants pour les familles. Ils peuvent manger pour pas trop cher sur place ou même apporter leur propre pique-nique. Côté boutique, nous faisons aussi attention, les prix ne sont pas très élevés car nous n'avons pas de mascotte. Nous ne payons pas de droits de reproduction sur les héros du parc qui sont des comédiens. Enfin, le **parking est gratuit**, ce qui est très apprécié.

Autre facteur clé de succès, le fait que **les familles peuvent vivre les mêmes choses aux mêmes moments**. C'est très important pour nous. Les attractions sont adaptées pour qu'il n'y ait pas de critère physique particulier. Enfants, parents, grands-parents, ici on fait tout ensemble ! A noter également qu'il n'y a **pas beaucoup d'attente aux attractions**, donc c'est très agréable pour tout le monde.

Je soulignerais également le fait que **nous avons une super équipe**. Cela contribue fortement au succès du parc. Nous sommes **30 permanents** et jusqu'à **220 saisonniers** en haute saison. Certes, nous avons du mal à recruter mais une fois en place, les collaborateurs sont courageux, très à l'écoute, travailleurs... On insiste beaucoup dans le management pour que le relationnel avec le public soit irréprochable.

« Nous voulons devenir la 1ère expérience de parc à thème des familles d'Ile-de-France et du Nord de la France. »

Quel est le profil de vos visiteurs ?

Nos visiteurs viennent essentiellement d'**Ile-de-France** et du **Nord de la France**. Majoritairement à **moins de 2h du domicile**.

Ce sont des **familles avec de jeunes enfants entre 3 et 9 ans**.

A la différence des autres grands parcs, nous accueillons aussi **beaucoup de grands-parents**. Ils viennent le mercredi et pendant les vacances scolaires et ils sont plus généreux que les parents ☺

A noter également que sur les 400 000 visiteurs accueillis en 2022, ¼ viennent sont des **groupes d'enfants (scolaires, centres de loisirs)**. Nous en sommes très fiers car pour beaucoup c'est leur seul jour de vacances. On leur donne un moment de

liberté et finalement ils reviennent après dans le cadre personnel.

« Notre objectif est d'atteindre 450 000 visiteurs annuels d'ici 2026 »

Les nouveautés de la saison 2023 ?

A l'occasion de ses 60 ans, la Mer de Sable souhaite à la fois capitaliser sur son expertise du divertissement familial et rester dans l'air du temps en dépoussiérant son image.

Pour y répondre, nous avons engagé un très gros travail d'amélioration du parc avec notamment le retour de 2 expériences qui ont marqué l'histoire du parc et les souvenirs des visiteurs :

- La **réouverture du ranch**
- Le grand **retour de l'attaque du train**

Nous avons aussi **amélioré l'expérience sur une quinzaine d'attractions** avec le renforcement de la thématisation, créé une **nouvelle entrée**, une **nouvelle boutique** avec le lancement de **nouveaux produits textiles** « la gamme authentique ».

Nous avons également finalisé un **travail sur la marque** avec la redéfinition de nos objectifs, la conception d'un plan média adapté etc. Bref, un gros travail de lifting sur l'ensemble du parc ! Je pense que 2023 sera encore meilleure, notamment en terme de satisfaction, mais aussi de chiffre d'affaires...

Définition :

Parcs de loisirs : comprend les parcs d'attractions et parcs à thématiques sportive et culturelle.

Sources :

- Enquête régionale de fréquentation auprès des équipements touristiques – Partenariat CRTC Hauts-de-France / ADT Aisne – Nord – Oise – Pas-de-Calais – Somme, 2022.
- Etude sur le poids économique du tourisme dans l'Oise & le profil des visiteurs, 2019.
- Atout-France / Tableau de Bord des Investissements Touristiques 2017-2018-2019.



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site www.oisetourisme-pro.com