

Publié le 23 septembre 2009

Politique d'innovation : L'été indien du Futuroscope

Le Futuroscope continue à bénéficier de sa politique de renouvellement de ses attractions. Les bénéfices de la Seml devraient doubler en 2009 et se situer entre 5 et 7 millions d'euros. Après une saison estivale réussie pour la troisième année consécutive, le doyen des grands parcs français reste sur sa lancée estivale et enregistre une nouvelle hausse de fréquentation en septembre. Un véritable « été indien » pour le site qui prépare l'inauguration en décembre de sa toute nouvelle attraction inspirée des aventures d'Arthur et les Minimoys : « Arthur, l'aventure 4D ».



Ce sera Noël avant l'heure au Futuroscope avec l'inauguration, le 19 décembre, d'une nouvelle attraction vedette baptisée « Arthur, l'aventure 4D », quelques jours après la sortie du dernier film de la saga dans les grandes salles. Chef d'orchestre de ce spectacle inspiré des aventures d'Arthur et les Minimoys : Luc Besson, qui a spécialement mis en scène son personnage fétiche pour le parc de loisirs. Une réalisation qui promet de nouveau record de fréquentation en 2010 avec une combinaison de plusieurs technologies de pointe : projection Imax en relief d'un film d'animation, écran hémisphérique de 900 m², simulateur de mouvements synchronisés avec les images, le tout pimenté d'effets 4D pour un maximum de sensations. « C'est la première fois que le cinéaste se lance dans ce type d'aventure, commente Dominique Hummel, président du directoire de la [Seml nouvelle du parc du Futuroscope](#). Après deux ans d'études et de travaux, ce travail débouche aujourd'hui sur une attraction hors du commun ».

Avec cette inauguration, le Futuroscope poursuit sa stratégie d'innovation qui lui a permis depuis trois ans de renouer avec les bénéfices. « Les Animaux du Futur » avaient déjà consacré la recette en 2008 avec une première mondiale dans le domaine du divertissement qui associait la technologie révolutionnaire de la « réalité augmentée » à un scénario possible de l'évolution des espèces. « Près de 40 millions de personnes sont venus découvrir le parc depuis sa création en 1987. La clé du succès est donc d'arriver à fidéliser cette clientèle », explique Dominique Hummel. « C'est la règle du 10 - 20 - 60 : en réinjectant 10 % du chiffre d'affaires pour assurer un renouvellement de 20 % des attractions, on obtient un retour des visiteurs à hauteur de 60 % ».

Une formule qui semble plutôt bien marcher : le Futuroscope a enregistré durant l'été une fréquentation en hausse de 5 % par rapport à 2008, soit plus de 530 000 visiteurs, et une augmentation de son chiffre d'affaires qui a bondi de 10%. Depuis le début de la saison, le site a accueilli 50 000 visiteurs de plus qu'en 2008 avec 1 280 000 entrées. Il devrait atteindre les 1 660 000 visiteurs sur l'année, le plaçant au troisième rang des parcs d'attractions français derrière Disneyland et le Parc Astérix. Son chiffre d'affaires devrait dépasser cette année la barre des 80 millions d'euros avec un bénéfice de 5 à 7 millions d'euros, soit le double de l'an dernier. « Les visiteurs cherchent à partager des moments authentiques en famille, à se ressourcer, à vivre une expérience en

rupture avec le quotidien. Le Futuroscope offre une parenthèse de plaisir d'autant plus assumée qu'il propose un divertissement intelligent. En 2009, le loisir « utile » a fait la différence », explique le président du directoire du Futuroscope.