

Les espaces de loisirs : une filière qui rapporte gros

Les investisseurs sont nombreux à s'intéresser à ce marché en croissance



Après bien des déboires, Splashworld ouvrira enfin début juin à Monteux.

/PHOTO ANGE ESPOSITO

LE TOP 10

Voici le palmarès des 10 parcs français les plus fréquentés en 2015 :

- 1.- Disneyland Resort Paris : 14 837 427 visiteurs ;
 - 2.- Tour Eiffel : 6 910 000 ;
 - 3.- Puy du Fou : 2 054 800 ;
 - 4.- Parc Astérix : 1 850 000 ;
 - 5.- Futuroscope : 1 830 000 ;
 - 6.- Marineland : 1 300 000 (*) ;
 - 7.- Montparnasse 56 (groupe qui inclut le 56^e étage de la Tour Montparnasse, la Ferme aux crocodiles et deux tours, l'une à Berlin et l'autre à Chicago) : 1 075 081
 - 8.- Aquaboulevard : 736 301 ;
 - 9.- Le Pal : 575 000 ;
 - 10.- Nigoland : 550 000.
- * Pour Marineland, il s'agit du nombre d'entrées moyen chaque année.

Douze millions d'euros : c'est le montant de la levée de fonds qui vient d'être opérée par la société "Les parcs du sud", afin d'assurer l'ouverture de Splashworld® Provence à Monteux (84). Ce nouveau parc aquatique avait pourtant raté son lancement, l'année dernière, lorsqu'une grue était tombée sur les toboggans, contraignant la direction à en commander de nouveaux. Une mésaventure qui n'a pourtant pas découragé les investisseurs.

Ce concept, qui vise les 300 000 visiteurs, sur un marché pour l'instant essentiellement occupé en France par le groupe espagnol Aspro-Ocio (Aqualand), promet de belles retombées, à l'instar de toute une filière, celle des espaces de loisirs, d'attractions et culturels : un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros en France, pour 2 600 entreprises, dont 500 sont fédérées au sein du Snelac, en congrès la semaine dernière à Cuges. L'occasion de constater la bonne santé de la profession, qui attire de plus en plus de gros investisseurs.

"Après 15 ans de croissance à deux chiffres, entre 1990 et 2005, où l'on est passé de 3 millions à 52 millions de visiteurs, on assiste en 2015 à une hausse de 5% de l'activité", souligne Arnaud Bennet le président. Après des années de "boom", le succès de

2,2 milliards

C'est, en euros, le chiffre d'affaires des parcs en France.

l'activité des parcs de loisirs démarrée en France un peu plus tard qu'aux États-Unis ne se dément pas. La région Paca est même l'une des têtes de pont de la filière, puisqu'elle regroupe la plus forte densité d'espaces de loisirs (25,8% des adhérents du Snelac dans le Sud-Est, devant 23,4% dans le Nord-Est et 21,9% dans le Nord-Ouest).

Et les investisseurs intéressés ne manquent pas. Depuis quelques années, les fonds se sont peu à peu tournés vers ce secteur, à travers des structures spécialisées dans la création de

parcs. "Ils ont découvert que c'était très lucratif. Quelle activité génère 30 à 35% d'EBITA? (notion économique proche du résultat d'exploitation, NDLR)" interroge Frédéric Bouvard, directeur de Splashworld et représentant l'Europe au sein de la commission parc aquatique du IAA-PA (International association of amusement parks and attractions).

Dans cet univers de plus en plus concentré, quatre grands groupes dominant, dont le français La compagnie des Alpes (Futuroscope, le Parc Astérix, les parcs Walibi), au bénéfice net annuel en 2015 de 30 millions d'euros (M€). "Mais un seul de ces acteurs, l'anglais Merlin Entertainments (Legoland) est un développeur de concept, les autres rachètent des parcs existants", poursuit le professionnel.

Pourtant, en marge de ces opérations de croissance exter-

ne, de grands parcs régionaux tirent leur épingle du jeu, et demeurent indépendants, se transmettant même de génération en génération. "Mes parents avaient déjà un parc aux Pays-Bas, je suis arrivé ici il y a 37 ans, j'avais 19 ans," raconte Mathijs Bembom, le charismatique patron d'OK Corral qui travaille désormais avec son fils. La recette de ce succès? "Réinvestir chaque année dans de nouvelles attractions susceptibles de fidéliser les clients et d'en attirer de nouveaux", assure Arnaud Bennet. Les parcs essaient aussi de créer de l'hébergement, afin de devenir des destinations à part entière. Car cette activité très saisonnière (70% du chiffre d'affaires réalisé en juillet-août), dont la masse salariale représente 30% des coûts, demeure suspendue à un subtil équilibre, dont seuls les professionnels aguerris ont le secret.

"C'est un métier", rappelle le président du Snelac, qui regrette les investissements parfois hasardeux, notamment des collectivités. "Nous avons proposé notre expertise à la Caisse des dépôts et consignations, afin de l'aider à orienter ses choix vers des projets viables", précise la déléguée générale Sophie Huberson, pour qui visiblement la passion n'empêche pas le sérieux. **Marie-Cécile BÉRENGER**

mcberenger@laprovence-presse.fr

Du nouveau dans la région

Le très attendu Splashworld, à Monteux dans le Vaucluse, fera donc sa véritable ouverture, après un "rodage" l'année dernière, le 4 juin prochain, les week-ends, puis il accueillera le public tous les jours à partir du 11 juin. Il faudra toutefois attendre encore un an pour que son voisin Spirou, dont les travaux viennent de débuter, ouvre enfin lui aussi. Enfin, le mythique Ok Corral, à Cuges dans les Bouches-du-Rhône, fêtera en grande pompe ses 50 ans les 11 et 12 juin, avec des animations exceptionnelles et une nouvelle attraction : la tortue volante !

1,5 million d'euros pour une nouvelle attraction

Mathijs Bembom pose fièrement devant la "Flying turtle", dont il décrit avec minutie le fonctionnement, même si pour l'heure elle est immobile, et au risque de passer pour un grand enfant. Dans le métier, bien des patrons sont ainsi ; d'éternels bambins, prêts à parcourir le monde pour se procurer une nouvelle attraction. Car le secret de la réussite est de réinvestir chaque année, afin d'attiser la curiosité des visiteurs. Et pour cela, il ne faut pas hésiter à faire des kilomètres. "Ici, nous avons beaucoup de manèges allemands ; quatre de la marque Zierer ou encore notre grand huit, fabriqué par Gerstlauer. C'est un constructeur familial, je l'ai connu jeune, on a monté des machines ensemble dans le parc de mon père ; je suis en lien téléphonique avec lui en permanence, et si besoin il vient sur place", raconte le patron d'OK Corral, qui accueille 400 000 visiteurs par an à Cuges, pour un chiffre d'affaires de 6,5 M€ et vient d'investir 1,5 M€ dans la Flying turtle. Une somme conséquente, mais que les parcs n'hésitent pas à déboursier, pour enrichir leur offre. "Un grand huit peut coûter 3 à 4 M€ mais la Tour de la terreur à Disney c'est 130 M€", estime Arnaud Bennet président du Snelac. La société Soquet, basée dans l'Ain, fabrique des rivières à bouées 100% françaises, de 70 m qu'elle commercialise



Arnaud Bennet, président du Snelac, au côté de Mathijs Bembom d'OK Corral.

/PHOTO DAVID ROSSI

1 M€ et a vendu une bûche géante pour un parc aquatique 3 M€. Car un nouveau manège peut changer le quotidien d'un établissement. Hervé Lebel, propriétaire de Festiland, en Normandie, a ainsi vu le nombre de ses visiteurs passer de 185 000 à 225 000 grâce à sa dernière acquisition ; une bouée pour la rivière sauvage de son espace sur le thème des Vikings. "Je réinvestis 20% du chiffre d'affaires chaque année", précise le

fondateur de Festiland, tout excité à l'idée d'avoir déniché la perle rare au salon de Göteborg, il y a quelques mois. Sur ce véritable marché mondial de l'attraction, les parcs négocient même parfois des exclusivités, qu'ils pourront mettre en avant dans leurs campagnes publicitaires. "Il faut un an pour fabriquer un manège, par exemple contrôler la qualité de l'acier avant même la conception, alors les constructeurs ont besoin d'une vitrine, et les exclusivités servent à ça", explique le professionnel. Jérôme Giacconi, qui vient de racheter un parc en Alsace, pour le transformer en espace dédié au Petit prince, est l'un des rares concepteurs français d'attraction : il a vendu son ballon captif dans 30 pays différents. "Notre produit est un aéronef, nous sommes sur un marché de niche", souligne le patron de la société Aérophile, "en réalité dans un parc il y a très peu de types différents d'attraction, une vingtaine à tout casser ; les carrousels, les montagnes russes, les chaises volantes..." Reste à bien les entretenir : le budget maintenance et sécurité des parcs s'élève en moyenne entre 9 et 18% du chiffre d'affaires, mais la durée de vie d'un manège peut atteindre 20 ans. "Un grand huit au Danemark vient de fêter ses 100 ans!" tempère Arnaud Bennet. Il y a des valeurs sûres...

M.-C.B.