

# LES PARCS À THÈMES, ENJEUX ÉCONOMICO-TOURISTIQUES

Les parcs à thèmes appartiennent au secteur du divertissement familial. Il s'agit d'une activité économique importante, en croissance, et relativement « jeune » en France. Relevant à la fois des services et de l'industrie, cette activité doit jongler entre contraintes de sécurité et divertissements, entre loisirs et tourisme. Pour le territoire support, elle représente la promesse de retombées économiques. Analyse.

**L**es parcs à thèmes recouvrent un spectre d'activités très vaste qui toutes relèvent des loisirs et ont pour fonction principale de divertir. Le divertissement peut se faire via des attractions, du patrimoine naturel, vivant ou culturel, des activités ludopédagogiques, c'est-à-dire tout ce qui permet d'offrir aux visiteurs un univers de rupture avec leur quotidien. Notons au passage que la condition d'émergence d'une activité de loisirs et de divertissement est d'abord sociale, car elle suppose l'apparition d'une classe moyenne bénéficiant d'un certain pouvoir d'achat et disposant de temps libre. Selon le Syndicat national des espaces de loisirs, d'attractions et culturels (Snelac) qui recense 250 adhérents<sup>1</sup>, les parcs à thèmes reçoivent de nos jours 70 millions de visites

par an, emploient 23 000 salariés et réalisent un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros. Cependant, c'est un marché très concentré, car Disneyland Paris©, le *leader*, reçoit en moyenne 15 millions de visiteurs par an et réalise un chiffre d'affaires de près de 1,5 milliard d'euros. Le Futuroscope et Astérix, les deux autres parcs *leaders* en France, en reçoivent dix fois moins... Pour la présente analyse, notre attention portera essentiellement sur les parcs d'attractions en raison de leurs impacts en termes de fréquentation touristique et de leurs retombées économiques pour le territoire d'accueil. La logique qui les sous-tend est cependant transposable, plus dans les principes que dans les proportions, aux autres composantes de la catégorie étudiée.

Nous allons voir que l'activité des parcs appartient au secteur des loisirs et du tourisme mais qu'elle est aussi une industrie relativement lourde. En plus de sa relative jeunesse, nous verrons que d'autres univers entrent dans le domaine du divertissement. L'activité des parcs ayant un ancrage territorial fort, nous présenterons les principales retombées économiques et touristiques pour le territoire support.

## CARACTÉRISTIQUES D'UNE ACTIVITÉ « JEUNE »

Les racines des parcs à thèmes sont à rechercher dans les foires, les fêtes et les spectacles de rue du Moyen-Âge ou les fêtes aristocratiques (folies, jeux de feux et d'eau, balançoires, Vauxhall) du XVIII<sup>e</sup> siècle. La mécanisation et les progrès techniques au XIX<sup>e</sup> siècle ont permis l'apparition des premiers « Grands 8 ». C'est la traction à vapeur et surtout électrique qui va porter l'apparition de parcs dédiés tels le Luna Park de Berlin (1904) ou de Paris (1909). Ces parcs et attractions ciblent essentiellement les adultes. Ils ne sont pas gérés par un exploitant unique, car les forains louaient leur espace dans les parcs. Les parcs à thèmes dans leur conception actuelle doivent leur existence à Walt Disney. Lors de l'ouverture du premier Disneyland© aux États-Unis en 1955, c'est un nouveau concept en rupture avec les pratiques antérieures qui s'impose. Désormais les attractions sont pensées, conçues, programmées et gérées sous la responsabilité d'un seul exploitant. La cible de clientèle change : des adultes, autrefois privilégiés, le cercle s'ouvre aux enfants. C'est en cela que l'activité des parcs à thèmes est récente.

1. [www.snelac.com](http://www.snelac.com).

Un parc à thèmes se situe dans un espace clos sur un domaine privé et, pour y entrer, le visiteur doit s'acquitter d'un droit. L'enjeu est donc de capter une clientèle croissante dans une zone de chalandise souvent comprise dans un rayonnement de deux heures en voiture ou en train. De ce point de vue, c'est une activité de services de proximité. De plus, l'exploitant de parcs de loisirs doit non seulement développer de nouvelles attractions mais surtout entretenir ses manèges et ses attractions de manière permanente afin de garantir une prestation de qualité, sûre et fiable. C'est la variante industrielle de l'activité. Ceci n'est possible que parce que les parcs à thèmes sont désormais gérés par un seul exploitant.



### La dimension services des parcs

La billetterie unique est la première recette directe des parcs à thèmes et le socle du modèle économique. Le billet d'entrée donne accès aux attractions et divertissements du site et garantit la sécurité des lieux et des équipements. Selon les parcs, la billetterie représente entre 30 et 50 % du chiffre d'affaires. La restauration sur site, classique ou rapide, représente entre 20 et 40 % du chiffre d'affaires selon la taille des parcs et le thème. Le reste des recettes est obtenu grâce à la vente de produits dérivés (souvenirs, mascottes, vêtements et accessoires, petites fournitures, etc.). Pour inciter à la fréquentation « longue », voire susciter des entrées multiples, il faut que des structures d'hébergement puissent accueillir les visiteurs et les touristes sur site ou à proximité. Pour les gros opérateurs, tels Disney, les hébergements sont inclus dans l'offre touristique. Cela n'est pas forcément le cas pour

les plus petits parcs qui ne peuvent financer de tels investissements, surtout s'ils sont à ouverture saisonnière. Ils dépendent de l'offre d'hébergement de la région, voire du développement d'activités d'hébergements éphémères (lodges, tipis, yourtes, cabanes dans les arbres, etc.) plus souples en termes de gestion.

### La dimension industrielle des parcs

Un site d'attractions ou ludo-pédagogique nécessite un investissement à la fois dans les bâtiments et dans les attractions. Les manèges sont relativement onéreux à la création mais aussi à l'entretien. Parce qu'ils transportent des personnes, ils doivent faire l'objet d'une maintenance permanente et répondre aux normes de

sécurité en vigueur. Une part importante du chiffre d'affaires est donc consacrée à la sécurité et à la maintenance dans les parcs. De ce point de vue, les ressources humaines sont gérées comme dans une entreprise industrielle : organisation des équipes, de leurs rotations, des unités de remplacement. Comme tout espace clos recevant du public, la sécurité va au-delà de la fiabilité de la mécanique. Il faut tenir compte des risques d'accidents qui peuvent survenir : crise sanitaire, mouvement de foule incontrôlé, gestion des files d'attente aux attractions, incendie, attentat, accident de manège, etc. Les conditions climatiques appellent également la prise en compte de dispositions (brumisateurs l'été, salage des sols l'hiver, etc.). Pour ces activités de divertissement, la sécurité est un objectif ●●●

●●● quotidien. C'est aussi un élément d'attraction et de fidélisation de la clientèle. La sécurité est donc un résultat et un marqueur de la confiance du public.

## La concurrence des « autres univers »

Généralement, l'offre de divertissement rencontre quatre univers : celui du sport, de la fête, de la nature et de la culture. Depuis peu, d'autres acteurs investissent ce secteur : les cinémas organisés en complexes, les nouveaux centres commerciaux ou encore les stades. Autour de l'activité principale, se greffent des espaces de restauration, des boutiques et des animations variées. Au-delà, en France particulièrement, le secteur subit la concurrence des collectivités locales qui offrent gratuitement des divertissements : Paris Plages, les marchés de Noël, les fêtes médiévales, les carnavaux, certains festivals. L'offre est donc soumise à une rude pression : celle des univers voisins qui investissent le périmètre du divertissement et celle des consommateurs « zappeurs » très sollicités et qu'il faut fidéliser. La concurrence oblige également à diversifier les usages des parcs et à développer des activités événementielles et affaires (*incentives*, séminaires, congrès...).

Entre 1980 et 2012, un parc ouvrait tous les ans et, depuis, le marché semble se stabiliser. S'il ne peut pas supporter l'entrée d'un autre grand opérateur de la taille de Disney, en revanche, au niveau local, il reste des places à occuper sur le segment des parcs aquatiques et botaniques ou sur celui des niches (jeux vidéo). Signe des temps, ce n'est plus la fréquentation en volume qui compte mais celle en valeur (panier moyen dépensé) ainsi que les retombées pour le territoire d'accueil.

## ZOOM SUR...

### 1992-2012 : ÉTUDE D'IMPACT ÉCONOMIQUE DES 20 ANS DE DISNEYLAND® PARIS

Les retombées économiques et sociales de la présence de Disney en France, depuis son ouverture au public le 12 avril 1992, peuvent être résumées en dix chiffres-clés :

- 250 millions de visites : Disneyland® est le site touristique le plus visité de France et plus de la moitié des visiteurs sont des étrangers ;
- 50 milliards d'euros de valeur ajoutée pour l'économie française dont 16,1 milliards pour son département d'accueil, la Seine-et-Marne ;
- 59 milliards d'euros de dépenses effectuées en France par les visiteurs de Disneyland Paris® à l'occasion de leur visite dont 37 milliards d'euros dépensés par les visiteurs étrangers de Disneyland Paris®, ce qui représente 6,2 % du total des recettes en devises du tourisme en France ;
- 7 milliards d'euros d'investissement dont 666 millions d'euros d'investissement public dans les infrastructures (Gare TGV, RER, échangeur autoroute). Le coefficient multiplicateur des investissements réalisés depuis l'origine est de 10,5 ;
- 5,33 milliards d'euros de recettes fiscales (impôts et taxes) dont 4,5 milliards de TVA ;
- 1 emploi de Disneyland Paris® a généré près de 3 emplois ailleurs en France ;
- 5<sup>e</sup> pôle hôtelier en France ;
- près de 5 % des 76,8 millions de touristes venus en France ont visité Disneyland Paris® en 2010 ;
- 9,4 % du total des nuitées hôtelières d'Ile-de-France dont 69,5 % pour la Seine-et-Marne en 2010 ;
- 10,1 milliards d'euros d'achats hors taxes de biens et services pour l'exploitation des parcs et hôtels auprès d'acteurs variés : assurance, publicité, maintenance, sous-traitance, industries manufacturières et agroalimentaires.

Source : Délégation interministérielle au projet EuroDisney, « Retombées économiques et sociales de Disneyland Paris® (1992-2012), bilan de 20 années de développement touristique et urbain et perspectives futures », communiqué de presse, 14 mars 2012.

## LES RETOMBÉES POUR LE TERRITOIRE

Un parc de loisirs en France possède un ancrage territorial fort. Il suffit pour s'en convaincre de regarder le succès du Puy du Fou et de voir combien les racines territoriales

sont un élément discriminant de l'offre. Cet ancrage peut aussi être dans le mode d'exploitation du parc. Pour un territoire, un parc peut être un élément de fierté et un support de sa notoriété touristique. Il est surtout promesse de retombées économiques et sociales.

## Le mécanisme des retombées économiques et sociales

Un parc à thèmes génère des retombées fiscales directes (impôts) et surtout indirectes (TVA) du fait de la billetterie et des activités périphériques comme la restauration, la vente de produits dérivés voire des activités d'hébergement. Un parc, c'est aussi des investissements dans les infrastructures dédiées (manèges, attractions, etc.) et des équipements, des dépenses de maintenance et d'entretien, des dépenses de fonctionnement, de la commercialisation et de la vente,

surviennent lorsque les salariés des fournisseurs et autres intervenants en amont ou aval vivent de la présence du parc et s'implantent à proximité. Les dépenses qu'ils génèrent irriguent le territoire et alimentent le tissu économique local, comme par exemple les commerces, le marché de l'immobilier et suscitent des investissements publics (santé, éducation, transports). L'impact de la présence d'un parc à thèmes sera d'autant plus important pour le territoire d'accueil que la chaîne de valeur sera générée et gérée localement auprès d'acteurs locaux

achetés en dehors du périmètre de l'économie locale ou régionale. La présence d'un parc est insuffisante en soi pour initier une dynamique économique locale. C'est l'articulation entre les acteurs en présence (pouvoirs publics, collectivités locales, parcs et entreprises) qui assure les retombées en les canalisant et les accompagnant. L'exemple de Disneyland Paris<sup>©</sup> sur le site du Val d'Europe montre que l'accessibilité est une condition forte à la réussite du projet, tout comme la présence d'un tissu économique, social et urbain complémentaire qui n'est pas du seul ressort du parc mais de celui des collectivités locales et de l'État, surtout lorsqu'il faut aménager ou créer des gares ou des branchements d'autoroutes.

“ Un parc à thèmes génère des retombées fiscales directes (impôts) et surtout indirectes (TVA) du fait de la billetterie et des activités périphériques comme la restauration, la vente de produits dérivés voire des activités d'hébergement ”

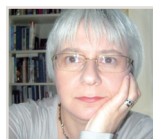
de l'innovation, etc. Un parc embauche de la main-d'œuvre pour assurer le fonctionnement, la gestion et l'exploitation du parc. Il recourt aussi à des fournisseurs, sous-traitants, prestataires de services. De ce fait, un parc génère des emplois directement, de manière durable ou saisonnière, et indirectement en s'adossant à des prestataires. Pour le territoire, outre les effets directs générés par son activité, le parc est à l'origine d'effets indirects et induits. Les effets indirects concernent les dépenses générées par les consommations intermédiaires, les commandes passées aux fournisseurs, sous-traitants et partenaires. Les effets induits

ou régionaux. Le calcul d'un multiplicateur qui affecte les ventes, les revenus, l'emploi, les investissements, les infrastructures et les recettes fiscales est souvent réalisé pour matérialiser ces effets.

### Des retombées sous conditions

Un parc de loisirs peut être un levier pour le territoire mais sous certaines conditions. Le projet doit s'inscrire dans le long terme et il doit irriguer le territoire support directement et indirectement en évitant les fuites. Ces fuites sont provoquées si les entrants en amont et/ou en aval sont importés ou

Le modèle économique des parcs à thèmes est soumis à une concurrence rude. Les exploitants doivent investir pour renouveler leurs attractions et les sécuriser de manière à ce que les visiteurs viennent, reviennent et intensifient leur consommation sur site. Pour bien vivre, un parc doit être en mesure de susciter la revisite et de bénéficier de l'allongement des séjours, ce qui suppose que le parc devienne une destination touristique de court séjour et qu'il puisse « offrir » des structures d'hébergement à proximité. Le territoire support ne peut s'attendre à bénéficier de larges retombées sans, au préalable, investir dans l'accessibilité et créer des conditions favorables au développement du parc (accueil, hébergement, accès). C'est un projet de développement territorial et un projet d'urbanisme. Ce n'est pas un secret, les parcs les plus plébiscités par le public sont aussi ceux qui ont appris à travailler avec leur territoire d'ancrage et les parties qui la composent. ■



AUTEUR **Nathalie Fabry**  
TITRE Maître de conférences  
HDR, économiste, université Paris-Est  
Marne-la-Vallée, laboratoire LVMT