

Etat du marché et facteurs d'évolution

L'AFIT en collaboration avec la Caisse des Dépôts et Consignations, la Fédération Nationale des SEM et le SNECAC a lancé, en juin 2003, une étude de l'évolution de l'environnement des parcs de loisirs à l'échelle européenne.

Les objectifs de l'étude étaient multiples :-Disposer d'éléments stratégiques d'évolution de l'environnement des parcs de loisirs à l'échelle européenne (établissements recevant plus de 100 000 visiteurs).-Donner une vision dynamique de ce secteur d'activité en analysant la demande, l'offre et l'environnement général.

- Ne pas formuler d'orientations stratégiques (propres aux opérateurs du secteur), mais anticiper aux mieux les évolutions possibles et fournir un raisonnement et des données facilitant les prises de décision.

Pour une meilleure approche du secteur, l'étude s'est déroulée par phases et analyses successives entre juin 2003 et avril 2004 : interview d'experts et d'opérateurs (une soixantaine), sondage auprès de 2500 personnes, analyse de la documentation existante (études, données publiques, documents commerciaux, rapports annuels...).

En l'absence d'un vocabulaire stable ou d'une définition institutionnelle (qu'elle soit réglementaire, fiscale ou sociale, et ce, tant au niveau français, qu'europpéen), la première difficulté a consisté à définir le champ de l'étude et donc le secteur d'activité. Quels parcs retient-on ? Pour quelles raisons ?...

A l'issue d'une première série d'entretiens, il a été établi qu'un « parc de loisirs » fabrique un produit, caractérisé par quatre éléments fondamentaux :

Sortie + Divertissement + Dépaysement + Familial.

Ces parcs se caractérisent davantage par une approche de la gestion de la relation client (autour d'une proposition de sortie familiale, de divertissement...) que par des éléments physiques de développement. Le champ d'intervention ainsi défini prend en compte :

- Les parcs animaliers
- Les parcs à thème
- Les parcs d'attractions
- Les parcs aquatiques

... chacun de ces segments pouvant être renvoyé aux quatre grands univers structurant le secteur : la nature, la culture, le sport et la fête (cf. schéma 1).

Le dimensionnement du marché

Près d'un français sur deux (44 %) se serait rendu dans un parc de loisirs au cours de l'année 2003, pour une moyenne de 2,6 visites par an et par visiteur. Les parcs d'attractions et les parcs animaliers représentent 60% du total des visites, les parcs aquatiques 14% et les parcs à thème 11%. Ces taux de fréquentation (sur la base de définitions préalablement posées) fournissent une première base d'estimation de la fréquentation française de près de **70 millions de visites**, plus de deux fois, le chiffre communément admis pour le secteur. Autre base de calcul possible : la fréquentation déclarée des 83 parcs français identifiés, accueillant plus de 100 000 visiteurs. Ces parcs, représentant 75%

du marché français, cumulent près de 44 millions de visites (données publiques). Ils fournissent la fourchette basse de notre estimation, soit **55 millions de visites**.

Dès lors, le marché des parcs de loisirs apparaît, non plus comme un marché en croissance, mais comme un marché entrant dans sa phase de maturité.

Perspectives du secteur

Les déterminants de l'intensité de la concurrence

Visiter un parc de loisirs est une pratique familiale, comportant avant tout un objectif de divertissement, une pratique davantage liée à la présence d'enfant, qu'au niveau de revenu ou d'éducation. Le client constitue l'élément clé du secteur et structure le marché au travers de ses exigences.

Mais ce déterminant structurel de l'intensité de la concurrence n'est pas le seul. L'analyse stratégique du secteur des parcs de loisirs en décrit quatre :

- **Le pouvoir de négociation des clients** au travers des réquisits proximité/jeunes/divertissement/qualité, de l'intensité de consommation et des revisites.
 - **L'existence de produits de substitution** comme le fun shopping ou l'offre gratuite des collectivités, susceptibles de révolutionner un segment.
 - **La possibilité de mobiliser de l'argent public** qui permet de lever un des principaux freins à l'entrée de nouveaux opérateurs.
 - **La diffusion des «savoir-faire»**, l'absence de données structurées sur le secteur ne facilitant pas le benchmarking et les nouveaux projets.
- Sur ces points, la situation des quatre segments qui composent le secteur est différente, mais la méthode d'analyse identique.

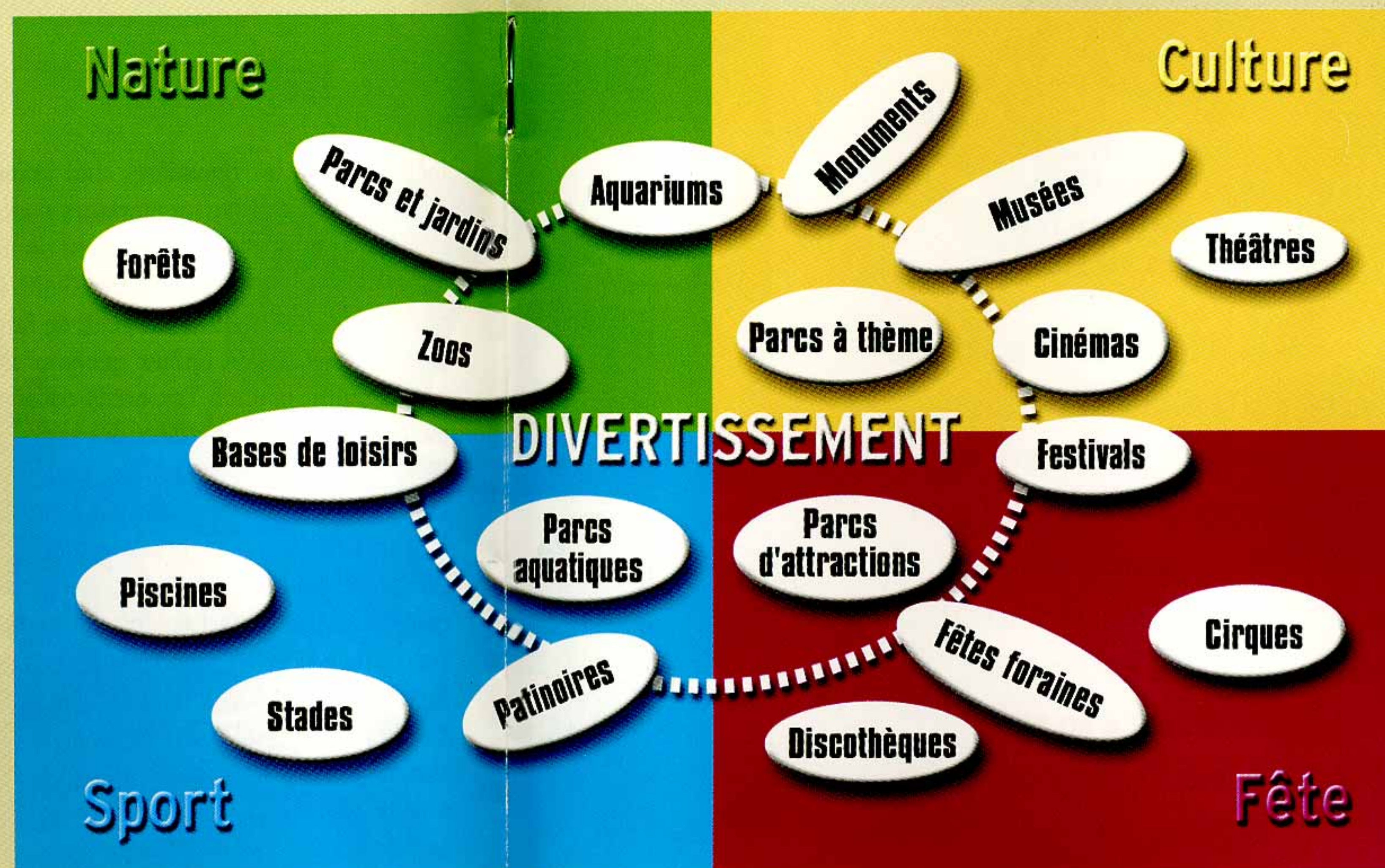


Schéma 1 : Positionnement proposé. Ce schéma peut être comparé à une « marguerite », avec au centre les équipements thématiques de loisirs unis par le divertissement (i.e. le secteur de parcs de loisirs), et en périphérie des équipements qui tendent à intégrer cet univers.

Les parcs animaliers

Une intensité de concurrence qui va évoluer

Au travers de la multiplication d'offres de substitution et des évolutions de la législation remettant en cause les capitalisations de « savoir-faire », ce segment est confronté à deux facteurs d'évolutions contradictoires.

Des concentrations d'équipements d'une certaine taille, seuls capables d'assurer les nouveaux objectifs scientifiques qui leur seront assignés sont à attendre.

Les parcs aquatiques

Une intensité de concurrence déterminée localement

Ce secteur connaît une intensité de concurrence basse. Seule l'existence de produits de substitution (analyse micro-locale) peut faire grimper l'intensité de la concurrence (ex : l'évolution d'une piscine municipale vers plus de ludique peut déstabiliser le marché.)

Les parcs d'attractions

Une intensité de concurrence plutôt basse. L'intensité de concurrence y est

également basse. Les facteurs à risques sont une compétition plus directe avec les « Parcs à thème », et/ou une intervention non régulée des pouvoirs publics dans le financement des « Parcs d'attractions ».

Les parcs à thème

Une intensité de concurrence maximale

Ce segment est caractéristique d'une intensité de concurrence maximale, soit une situation dangereuse à terme. Son évolution passera par une limitation du coût d'acquisition des visites (facteur clé de pérennisation des entreprises de ce secteur) et une différenciation de son offre de celle (potentielle) des produits de substitution culturels.

Sondage réalisé auprès d'un échantillon représentatif de 2500 français de 15 ans et plus, entre le 3 et le 19 novembre 2003.

Le marché français est généralement estimé à 30 millions de visites (sans précision de mode de calcul). Les chiffres donnés sont difficilement comparables entre eux.

PARCS DE LOISIRS : ETAT DU MARCHÉ ET FACTEURS D'ÉVOLUTION

Auteurs : Marie-Laure Desmet, Emmanuelle Galiana, Gilles Guyomard
Cabinet Contours - 163, boulevard Murat - 75016 Paris - 01 42 88 44 29
Collection : Les Cahiers de l'AFIT - Panorama de l'offre
120 pages - juin 2004 - ISBN : 2-915215-03-0
Prix : 38 euros HT - frais de port : 4,14 € HT
Disponible à La Documentation Française - 29 quai Voltaire - 75007 Paris - 01 40 15 70 00
<http://www.ladocumentationfrancaise.gouv.fr>