



Communiqué de Presse

Après une hausse de fréquentation record (+ 200 000 visiteurs en 2014), le Futuroscope entame dès le 7 février sa nouvelle saison, emblématique de son nouveau positionnement.



Jaunay-Clan, le 2 février 2015

Après une année 2014 qui a permis au Futuroscope de conquérir 200 000 visiteurs supplémentaires, le Parc lance, dès le 7 février prochain, sa nouvelle saison, avec « L’Arena, fun Xpériences », une des 3 animations emblématiques du nouveau positionnement du Parc : fun, festif et familial.

Fréquentation 2014 : un bond record de 200 000 visiteurs supplémentaires

En 2014, le Futuroscope a enregistré une forte croissance de sa fréquentation. Avec 200 000 visiteurs supplémentaires, il a accueilli sur la saison 1 650 000 visiteurs, attirés notamment par l’attraction-phare « La Machine à Voyager dans le Temps ». Une attraction qui a permis d’augmenter le panier moyen en boutique (+ 20%) et d’initier la diversification de l’offre, plus immersive et festive. L’animation, fondée sur l’humour et les personnages facétieux d’Ubisoft (les Lapins Crétins), a par ailleurs obtenu le prix de la meilleure attraction au monde 2014, récompense qui sera remise le 21 mars prochain à l’occasion du Congrès de la THEA à Los Angeles(*). Cas unique en Europe, c’est la 2^e fois que le Futuroscope reçoit cette distinction (en 2012, c’est l’attraction Arthur l’Aventure 4D, imaginé par Luc Besson, qui avait reçu ce prix !).

La croissance de la fréquentation et de la dépense par visiteur renforce la progression du chiffre d’affaires (90 millions d’euros, +15% en un an), ce qui place le Futuroscope au 2^e rang des parcs d’attractions en France.

* Prix décerné par le Thea (Theme Awards for Outstanding Achievement).

Saison 2015

innovation et immersion au cœur d'une offre familiale toujours plus interactive

En résonance avec sa nouvelle campagne de communication générique, portée par une nouvelle signature de marque (« Vous n'imaginez pas ce qui vous attend »), l'offre 2015 du Futuroscope révèle une volonté de se repositionner dans l'univers des parcs d'attractions. Une offre plus participative, plus festive, qui tourne la page du « tout images » pour proposer une expérience de visite équilibrée entre sensations, spectacles vivants et découverte, l'ADN intergénérationnel du Parc étant concentré sur un mix ludique et éducatif qui fait son originalité. « *La force du Parc est sa capacité à créer dans l'expérience de visite une rupture, des retrouvailles, un ressourcement ...* ».



Dès le 7 février, le Futuroscope proposera aux visiteurs une nouvelle animation, fondée sur le sport, la performance et le divertissement : **l'Arena, fun Xperiences**. Comme son nom l'indique, dans cette arène du futur, de nouveaux jeux, entre sport et divertissement, ont été imaginés pour donner aux participants le maximum de sensations et de fun. Elle les invite à se défouler et à tester leurs performances physiques au cours de défis sportifs et mentaux associant le corps et la technologie numérique.

Au total, 9 activités jalonnent un parcours sportif qui s'étend sur 1000m² : descentes chronométrées dans un toboggan « chute libre » de 13 mètres de haut, glissades dans des toboggans spirales géants (pour mesurer l'adrénaline !), épreuve de poussée au rugby (pour capter sa puissance), parcours jalonné de lasers (pour tester son agilité), basket sur trampoline (pour tester sa détente), Mind Ball (pour mesurer l'intensité de sa concentration)...

A la fin de chaque épreuve, les joueurs peuvent comparer leur score individuel à celui de leurs amis dans chaque discipline et même situer leur performance comparativement à l'ensemble des joueurs de l'Arena.

Dès les vacances d'avril, le Futuroscope présentera « **Les Mystères du Kube** », spectacle vivant associant technologie, mapping et performances artistiques (dances, acrobaties). Enfin, le Parc proposera **au début de l'été un espace scénarisé autour des objets du futur**. Une déambulation ponctuée d'animations et d'ateliers.

« En 2015, le Futuroscope investira 5 millions d'euros pour enrichir son offre autour d'une promesse toujours plus fun et familiale. L'objectif premier est de renforcer la diversité de l'expérience, au-delà de l'image, et de revenir au thème du futur dans le choix des contenus », souligne Dominique Hummel, Président du Directoire du Futuroscope. « La créativité est plus que jamais la force première du Futuroscope et notre dynamisme à l'investissement est sans aucun doute l'un des fondements de la réussite du Parc ».

A propos du Futuroscope

1^{er} parc d'attractions créé en France, le Futuroscope a déjà accueilli 1 Français sur 2, depuis son ouverture, en 1987. Il doit son succès à un positionnement unique sur le marché des loisirs, entre Plaisir et Découverte, et à une pluralité d'univers autour des grands rêves de l'homme.

Avec 90M€ de chiffre d'affaires en 2014, le Futuroscope est le 2^e parc d'attractions de France, derrière Disneyland Paris.

Unique en Europe. Le Futuroscope remporte pour la 2^e fois, après *Arthur, l'aventure 4D*, le prix de la meilleure attraction au monde pour *Le Voyage dans le temps des Lapins Crétins*.

Une grande diversité dans l'expérience de visite avec plus de 25 attractions centrées sur le partage intergénérationnel. Une destination de séjour avec une offre à partir de 45€/personne/jour (entrée + hôtel)

***** Contacts Presse Futuroscope *****

Agence Self Image – image & dialogue group

Caroline Weill : 01 47 04 12 52 - cweill@selfimage.fr

Aurélié Giblas : 01 47 04 72 72 - agiblas@selfimage.fr

Monique Mehrez : 01 47 04 12 49 - mmehrez@selfimage.fr

RP Parc du Futuroscope

Jérôme Neveux 05 49 49 20 42 - jneveux@futurescope.fr

Tous les visuels et dossiers de presse téléchargeables sur
www.presse.futurescope.com