



Communiqué de Presse

Pluie de récompenses sur le Futuroscope !

Jaunay-Clan, le 23 octobre 2014. Alors que la nouvelle attraction du Parc « La Machine à Voyager dans le temps » des Lapins Crétins a remporté un prix européen à Amsterdam, le Futuroscope vient de décrocher cette semaine deux autres prix. L'un récompense l'originalité de sa stratégie de communication 2014, l'autre la force de son attractivité comme outil de marketing territorial. Des distinctions qui couronnent une belle saison 2014 pour le Futuroscope. Il accueillera fin octobre le 46 millionième visiteur depuis son ouverture.

- **Le Top Com d'Or 2014 pour la campagne de communication de la nouvelle attraction « La Machine à voyager dans le temps ».**

Le Futuroscope vient de remporter le Top Com d'Or 2014 Grand Prix de la Communication (catégorie produit) pour la qualité et l'originalité de la campagne de lancement de sa nouvelle attraction familiale « la Machine à Voyager dans le temps » des Lapins Crétins. Cette distinction distingue l'approche stratégique marketing 360° intégrant tous les métiers de la communication (webmarketing, média, hors média, social media, relations presse). Le Futuroscope était le seul lauréat en compétition sans agence dédiée. Conçue et développée en interne, cette campagne reflète le caractère créatif, ciblé et global de la démarche qui a notamment permis au Parc de renouer avec la croissance (fréquentation en progression de 15% cet été). « *Le Futuroscope avait reçu il y a deux ans le Top Com d'Or pour sa stratégie digitale et la mise en place de son nouveau site Internet (www.futuroscope.com)* », rappelle Laure Mosseron, Directrice marketing.

- **Le Prix de l'Attractivité remis par Sciences Po d'Aix.**

A l'occasion du colloque organisé par la chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial » de l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix en Provence, Dominique Hummel a reçu vendredi un « Place Marketing Award » mention « Attractivité, grands projets, entertainment et branding ». Jolie récompense qui place le Parc parmi les 4 destinations touristiques distinguées cette année (aux côtés de Helsinki, Val-Thorens et Amsterdam !). « *Cette récompense salue le travail collectif mené par l'Agence Départementale du Tourisme autour de la marque « Pays du Futuroscope ». Un exemple unique en France où un territoire s'efface pour capitaliser sur l'attractivité d'une marque touristique pour gagner en efficacité* », explique Dominique Hummel, Président du Directoire du Futuroscope.

- **Un « European Star Award » pour sa nouvelle attraction.**

La revue professionnelle Kirmes & Park, magazine européen de l'industrie des loisirs, référence dans la profession, a décerné au Parc fin septembre un « European Star Award », dans la catégorie « dark rides », pour l'attraction « La Machine à Voyager dans le Temps ». Ce prix récompense la thématisation globale de l'attraction, tant par la créativité des pré-salles que la performance technologique du main show, offrant aux visiteurs une immersion totale dans l'univers des Lapins Crétins.

- **Le Futuroscope sur le podium 2014 des parcs français préférés selon TripAdvisor**

Les voyageurs membres de la communauté TripAdvisor ont élu les meilleurs sites touristiques au monde, selon des millions d'avis et opinions laissés par les voyageurs TripAdvisor. Sur un plan

national, le Futuroscope figure sur le podium des parcs français préférés, juste derrière les parcs Disney. Suivent ensuite le Parc Astérix (Oise) et le Pal (Allier).

Le classement complet sur le site de Tripadvisor : www.tripadvisor.fr/TravelersChoice-Attractions

*Selon enquête visiteurs réalisée auprès d'un échantillon de 200 visiteurs

A propos du Futuroscope

Avec 76 M€ de chiffre d'affaires en 2013, le Futuroscope est le 2^e parc d'attractions de France, derrière Disneyland Paris, mais devant le Parc Astérix (73 M€) et le Puy du Fou (63,750 M€).

Il doit son succès en grande partie à un positionnement unique sur le marché des loisirs, répondant à une double vocation ludique et pédagogique. Le renouvellement des contenus, avec une offre toujours plus interactive et sensorielle («Arthur, l'Aventure 4D », élue meilleure attraction du monde à Los Angeles en 2012, « Le Petit Prince »...) a permis au Parc d'accueillir depuis son ouverture, en 1987, 46 millions de visiteurs. Plus de 30 expériences attendent les visiteurs, pour un séjour inoubliable en famille ou entre amis.

A découvrir sur www.futuroscope.com

Contacts Presse Futuroscope

Jérôme NEVEUX 05 49 49 20 42 // 06 82 83 63 20

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