

• LE CAS PARTICULIER



Puy du Fou. Grandir en se diversifiant

« Aujourd’hui, nous réalisons moins de 50 % de notre chiffre d’affaires avec la billetterie, constate Laurent Albert, directeur général du parc vendéen (100 M€ CA, 204 permanents), deuxième parc de France en terme d’entrées derrière Disneyland Paris. La diversification est très importante pour nous. » Les Vendéens ont compris depuis longtemps qu’il fallait se positionner sur des marchés différents : l’international, les congrès, la restauration, l’hôtellerie, l’agence de voyage, etc. pour limiter les risques liés aux aléas. « C’est quand nous avons commencé à proposer une offre hôtelière que nous sommes devenus crédibles auprès des tours opérateurs », se remémore le directeur général.

Objectif international

Si l’international est une priorité avec, notamment, l’ouverture d’un parc Puy du Fou en Espagne, le parc mise sur d’autres activités. Par exemple, on peut y organiser, toute l’année, des événements d’entreprises. Cette activité représente aujourd’hui 5 % du CA du parc et « en une dizaine d’années, on est passé d’une personne à six pour s’occuper de ce secteur plus des contributions de l’ensemble des différents intervenants du parc », complète Laurent Albert.

Des investissements conséquents

Et pour maintenir une activité dans le parc, les projets de nouveautés s’enchaînent. Le parc a investi 30 M€ en 2016-2017. « L’hiver nous sommes bâtisseurs et exploitant en été », résume le dirigeant.