



## Le Puy du Fou va conquérir le monde

Après une saison exceptionnelle (1 743 000 visiteurs en six mois), le parc vendéen entend jouer la carte de l'export. La Russie et la Chine sont déjà candidates. Mais « pas question de gigantisme » à la Disney, le Puy du Fou veut garder ses valeurs.

Page 3



Franck Dubray

*Ouest France – Lundi 7 octobre 2013*



# Le Puy du Fou, version russe ou chinoise ?

Le parc vendéen, héraut des spectacles vivants chargés d'histoire, est courtisé par des pays qui veulent valoriser leur culture.



*Raveleijn, spectacle créé cette année par le Puy du Fou pour un parc hollandais.*

Disney et Puy du Fou, même combat ? La formule est un poil provocatrice, tant les deux « marques » ont des philosophies et des images opposées, mais il y a bien un point commun : le parc vendéen part à la conquête du monde. Non content de boucler une saison exceptionnelle en France (+ 8 % de fréquentation, 1 743 000 visiteurs en six mois), il joue désormais la carte de l'export, version XXL. « On est extrêmement sollicités pour travailler à l'étranger », reconnaît Nicolas de Villiers, président du Puy du Fou.

La première expérience a eu lieu en Hollande : Efteling, le 3<sup>e</sup> parc européen propose, depuis le 30 avril, un spectacle intitulé Raveleijn, 100 % made in Puy du Fou. « Il a été créé, écrit et réalisé ici, à partir d'un conte hollandais très populaire. Nous avons une équipe de quarante jeunes qui travaille là-bas. »

Mais l'ambition va aussi jusqu'à créer des parcs entiers sur le modèle du Puy du Fou, tournés vers l'histoire et le patrimoine national du

pays hôte. La Russie et la Chine sont déjà candidates. Au sud de Moscou, 148 000 ha ont été achetés par des promoteurs locaux pour accueillir un vaste projet culturel. « Le parc qu'on a dessiné pour les Russes fera 120 ha. Le caractère universel de nos spectacles, basés sur l'émotion, nous permet de toucher des pays très différents. La Chine, par exemple, exprime de plus en plus le besoin de retrouver ses racines. »

Des contacts ont également été noués avec « le Brésil, les États-Unis, La Grande-Bretagne, la Pologne. Mais on ne dira pas oui à tout ». La comparaison avec Disney s'arrête donc là. « Pas question de gigantisme, résume Philippe de Villiers, créateur du Puy du Fou. Notre stratégie, c'est de grandir sans grossir. L'international nous donne des moyens, mais on veut garder l'équilibre humain et ce qui fait nos racines. »

Joël BIGORGNE  
et Benoît GUÉRIN.