

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Des stratégies d'avenir: l'innovation doit être vécue

Entretien avec Roland Mack

Europa-Park, à Rust près de Fribourg, renforce sa position de leader européen en tant que plus grand parc de loisirs d'Allemagne et se dote de nouvelles dimensions. Plus de 3,6 millions de personnes ont visité le parc l'année dernière. Quel est le secret de votre succès, quelle stratégie cache cette réussite ? A mes yeux, la réussite est étroitement liée à des facteurs tels que la qualité, l'émotion et l'innovation. La meilleure des stratégies et le meilleur plan marketing sont vains si le produit n'est pas de première classe. De la même manière, la marque a son importance et doit prendre de la valeur. Si vous saviez le prix que l'on accorde à la seule valeur des marques comme Coca Cola, Mercedes-Benz ou Nivea, vous seriez très étonné. Reste que la marque est aussi l'expression de l'innovation.

L'image d'Europa-Park n'a pas été bâtie du jour au lendemain sous l'effet d'une campagne, mais a bien grandi petit à petit, mois après mois, année après année. Les attractions voient le jour pas à pas. La qualité et l'émotion attirent les gens. Ils en parlent autour d'eux et reviennent. L'image d'Europa-Park s'est donc développée ainsi, presque imperceptiblement. Depuis des années, nous misons sur un principe de base : la qualité doit être vécue pour ne pas être oubliée. Les scientifiques parlent d'une « communication de l'expérience » ou d'une « communication du vécu ». Nous, nous l'avons exprimé du plus profond de nous-mêmes et de nos sentiments. Confucius écrivait en 530 av. J.-C.

J'entends et j'oublie
Je vois et je me souviens
Je vis et je comprends

Europa-Park est aujourd'hui devenu le plus grand parc de loisirs saisonnier du monde. Ce qui n'a pas été sans dépenses de marketing, publicité, communication, bien entendu. Si nous n'avions pas développé en permanence des idées et des initiatives nouvelles, nous serions

Contacts :

Service presse France
Agence Scribe
Nathalie Jaeger

Responsable Service Presse
Tél. : +33 3 88 14 31 79
njaeger@scribe-rp.eu

Europa-Park Resort
Séverine Delaunay
*Directrice Marketing &
Communication France*

Tél. : +33 3 88 88 80 15
severine.delaunay@europapark.fr

Europa-Park-Straße 2
77977 Rust/Allemagne
www.europapark.de/presse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

tombés dans l'ennui et l'oubli. Notre stratégie consiste à innover dans le prolongement de notre principe. Parallèlement à notre activité de base de parc de loisirs, nous jouons sur de nombreux autres tableaux tels que le complexe hôtelier, les productions télévisées, les prestations («Confertainment»), le shopping et les interventions extérieures, qui sont autant d'éléments importants de la chaîne de création de richesse.

Le parc de loisirs comme destination de vacances de courte durée

Comment s'amuseront les Hommes dans le futur ? Aujourd'hui, les destinations de courte durée prennent le pas sur les vacances prolongées. Autrement dit les visiteurs des parcs de loisirs recherchent non seulement des attractions offrant toujours de nouvelles sensations, mais aussi un divertissement de qualité avec des cinémas, des bars, la participation à des émissions télévisées ou des dîners de gala. La nouvelle tendance est aux vacances de courte durée. A ce jour, 16% de nos visiteurs passent plus d'une journée au parc. Nous ne pouvons réussir que si nous sommes en permanence à l'écoute de notre temps et si nous comprenons les désirs de nos visiteurs et clients. Etre entrepreneur signifie toujours « entreprendre » en assumant tous les risques. Reinhold Messner dit : qui n'ose pas ne risque jamais de perdre! Vous savez, il faut tout de même une certaine dose de courage pour toujours fouler des territoires inconnus. Mai au final, l'innovation paye. L'Association pour la promotion du Tourisme Allemand a analysé, en 2003, le comportement en Allemagne en matière de tourisme. Résultat : Europa-Park est la deuxième destination d'excursion en Allemagne après la Cathédrale de Cologne.

Représentant un volume d'investissement de 50 millions d'euros, le nouvel hôtel thématique italien « Colosseo » constitue un investissement exceptionnel dans la longue histoire du Groupe Mack, fondé en 1780. Le plus grand hôtel italien hors d'Italie offre 1.450 lits supplémentaires au parc. Son équipement soigné jusqu'au moindre détail et son ambiance méditerranéenne plongent les clients dans une ambiance estivale qui leur fait oublier le quotidien. Le Colysée romain a été réalisé à l'échelle 1 :2 et offre des suites luxueuses et un grand secteur « bien-être » avec des saunas et des bains romains. La capacité d'hébergement d'Europa-Park Resort se voit ainsi doublée et passe à 4.128 lits.

Contacts :

Service presse France
Agence Scribe
Nathalie Jaeger

Responsable Service Presse
Tél. : +33 3 88 14 31 79
njaeger@scribe-rp.eu

Europa-Park Resort
Séverine Delaunay
*Directrice Marketing &
Communication France*
Tél. : +33 3 88 88 80 15
severine.delaunay@europapark.fr

Europa-Park-Straße 2
77977 Rust/Allemagne
www.europapark.de/presse

Au début, personne ne croyait au succès

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Plus de 100 attractions et shows sont proposés au visiteur tous les jours dans les onze quartiers thématiques européens. Nous employons 150 artistes de 22 pays différents. Si vous voulez voir tous les shows en une journée, vous devez prévoir 4h30 dans votre programme. Cette évolution va de pair avec la durée de séjour croissante dans le plus grand parc d'attractions d'Allemagne. En effet, Europa-Park devient une destination de voyage, avec 220.000 nuitées en 2003. Avec les hôtels d'Europa-Park « El Andaluz » et « Castillo Alcazar », Neckermann enregistre déjà un record de réservations parmi les hôtels du voyageur. La restauration d'Europa-Park constitue la plus grande entreprise de ce secteur concentrée sur un site en Allemagne. Il est donc d'autant plus incroyable qu'à ces débuts, il y a 29 ans, des titres tels que « La faillite plane sur Rust » faisaient la une des journaux et que personne ne croyait au succès. Il fût extrêmement difficile de négocier avec les banques et personne ne voulait s'engager dans la restauration malgré nos innombrables démarches et entretiens.

Enfin, nous avons dû gérer les restaurants nous-mêmes. Aujourd'hui, nous sommes très heureux d'avoir fait ce choix et la gastronomie organise près de 1.000 prestations pour nos clients dans dix salles de conférences différentes d'une capacité allant jusqu'à 2.300 personnes. Nous proposons 10 programmes de soirée différents destinés au public des conférences. Aujourd'hui, nous marquons la tendance et l'on nous copie volontiers.

Je crois aussi que l'esprit de famille de l'entreprise se ressent également dans le parc. Lorsque le propriétaire s'engage corps et âme, il suscite la confiance. L'avantage d'une entreprise familiale réside dans les voies décisionnaires courtes. Cela garantit notre flexibilité et notre personnel sait où il en est. « Stagner c'est reculer. Europa-Park doit évoluer en permanence, telle est la base de notre succès ». Avec le nouvel hôtel « Colosseo », nous renforçons aussi notre position de facteur économique dans le Bade-Wurtemberg.

Contacts :

Service presse France
Agence Scribe
Nathalie Jaeger

Responsable Service Presse
Tél. : +33 3 88 14 31 79
njaeger@scribe-rp.eu

Europa-Park Resort

Séverine Delaunay
*Directrice Marketing &
Communication France*
Tél. : +33 3 88 88 80 15
severine.delaunay@europapark.fr

Europa-Park-Straße 2
77977 Rust/Allemagne
www.europapark.de/presse

Environ 8.000 emplois indirects

Pour l'année 2004, Europa-Park crée 295 nouveaux emplois, totalisant un effectif de 2.800 personnes. Face à une conjoncture économique délicate, cela n'a rien d'une évidence. Notre entreprise est de très loin le plus grand employeur de la région. Près de 8.000 emplois indirects dans la région de

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Fribourg sont liés au parc de loisirs. Dans ce domaine, nous misons sur les sociétés locales et les principaux bénéficiaires d'Europa-Park sont les entreprises de taille moyenne.

Désigné par l'Allemagne « Entrepreneur de l'année 2003 », j'ai reçu les honneurs exprimés par toute une nation. Je me suis senti un peu honteux d'avoir été nommé par un vote très favorable « entrepreneur le plus performant et dynamique d'Allemagne dans le secteur des services ». Par la suite, j'ai été invité à la Rencontre Mondiale des entrepreneurs en Californie, où le concept de réussite d'Europa-Park a éveillé un très vif intérêt. Au-delà de ces distinctions, j'ai appris une chose : lorsque tout le monde tire dans le même sens, le succès est possible même par des temps difficiles. Je suis également persuadé que nous profitons aussi de notre relation étroite avec l'unité de production d'attractions Mack de Waldkirch. Aujourd'hui, Mack reste l'un des fabricants leaders au niveau mondial, il est donc tout à fait logique que plus de 90 pour cent des attractions d'Europa-Park sortent de nos propres ateliers. Dès ses origines, notre parc de loisirs a joué un rôle de vitrine de notre unité de production.

Toujours une longueur d'avance sur la concurrence

Naturellement, nous voulons toujours avoir une longueur d'avance sur la concurrence. Notamment au niveau des attractions telles que le grand huit « Silverstar » le plus haut et le plus long d'Europe avec une vitesse de pointe de 130 km/h et une accélération de près de 4G. Nous voulons toujours être à la pointe technologique des nouvelles attractions. Nous ne travaillons pas seulement à des attractions toujours plus hautes, plus rapides et plus performantes, mais recherchons aussi l'émotion du public. La famille est le centre d'intérêt pour Europa-Park, elle a représenté plus de 90% des 3,6 millions de visiteurs en 2003.

Inauguré en 2003, notre cinéma 4D souligne cette philosophie. D'emblée, cette attraction s'est placée au deuxième rang des attractions les plus courues d'Europa-Park avec la projection d'un film fantastique sur la nature développé en coopération avec le WWF Allemagne (World Wide Fund for Nature). Le Conseil de l'Europe de Strasbourg m'a désigné « Ambassadeur de bonne volonté pour les Familles ». Walter Schwimmer, Secrétaire Général du Conseil de l'Europe : « A Europa-Park, l'idée de la

Contacts :

Service presse France
Agence Scribe
Nathalie Jaeger

Responsable Service Presse
Tél. : +33 3 88 14 31 79
njaeger@scribe-rp.eu

Europa-Park Resort

Séverine Delaunay
*Directrice Marketing &
Communication France*
Tél. : +33 3 88 88 80 15
severine.delaunay@europapark.fr

Europa-Park-Straße 2
77977 Rust/Allemagne
www.europapark.de/presse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

famille est concrétisée d'une manière unique. D'une manière ludique, les jeunes sont sensibilisés à des principes tels-que la tolérance et la lutte contre le racisme ». L'été 2004, une grande session internationale des jeunes du Conseil de l'Europe sera organisée à Europa-Park. La suppression de conflits potentiels est le sujet principal de cette rencontre de jeunes originaires de plusieurs nations.

Plus de 420 millions d'euros investis

Tout au long de ses 29 ans d'histoire, Europa-Park a investi 420 millions d'euros - et cela sans aucun centime de subvention de l'Etat, une performance dont je suis tout de même assez fier. Nos visiteurs jugent tous les jours de la qualité des nouveaux produits proposés par Europa-Park, et ils continuent à venir. Jusqu'à présent, nous en totalisons près de 60 millions. Mais n'oublions pas une chose : aucune stratégie n'est valable sans les Hommes qui la soutiennent. Car seule une équipe motivée permet de signer des hautes performances. La formation continue, la bonne ambiance de travail et la motivation jouent donc un rôle tout particulier chez nous.

Parfois, cette « success story » m'étonne : passer du petit village de pêcheurs et d'agriculteurs de Rust au leader du marché des parcs de loisirs en Europe. Aujourd'hui, il n'y a plus d'agriculteurs ni de pêcheurs à Rust, mais pratiquement toutes les familles sont liées à Europa-Park. Face à ce succès, notre devoir est de ne pas nous reposer sur nos lauriers et à ce jour, nous concevons et réalisons les attractions des années à venir. Je sais bien qu'une stratégie projetée sur une planche à dessin est totalement stérile. Mais si nous n'avons plus aucune aspiration, mieux vaut alors fermer le parc. L'innovation est le secret de notre stratégie réussie - à condition qu'elle soit vécue et toujours en mouvement.

Contacts :

Service presse France
Agence Scribe
Nathalie Jaeger

Responsable Service Presse
Tél. : +33 3 88 14 31 79
njaeger@scribe-rp.eu

Europa-Park Resort
Séverine Delaunay

*Directrice Marketing &
Communication France*
Tél. : +33 3 88 88 80 15
severine.delaunay@europapark.fr

Europa-Park-Straße 2
77977 Rust/Allemagne
www.europapark.de/presse