

# La folle aventure du Puy du Fou

par

■ Laurent Albert ■

Directeur général, Puy du Fou

## En bref

Le Puy du Fou fête ses 40 ans en 2017. Second parc à thème en France par la fréquentation, il est unique à plusieurs égards. Son histoire s'est écrite en lien étroit avec son territoire, portée par une armée de bénévoles vendéens – ils sont aujourd'hui 3 800 à perpétuer le spectacle historique retraçant l'histoire de leur région. À la différence de nombreux autres parcs, le Puy du Fou a misé dès ses débuts sur des créations originales entièrement conçues par ses propres équipes, n'hésitant pas à explorer les technologies les plus avancées. Il s'est développé étape par étape, réinvestissant ses bénéfices au fil des ans dans des spectacles toujours plus surprenants. La reconnaissance internationale est au rendez-vous : après s'être vu décerner le prix du meilleur parc au monde en 2012, il a reçu en 2017 celui du meilleur spectacle au monde pour *Le Dernier panache*. Un succès dû à une créativité sans limites, et parfaitement raisonnable.

Compte rendu rédigé par Sophie Jacolin

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse les comptes rendus, les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs. Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

Séminaire organisé grâce aux parrains de l'École de Paris (liste au 1<sup>er</sup> juin 2017) :

Algoé<sup>1</sup> • ANRT • Be Angels • Carewan • CEA • Caisse des dépôts et consignations • Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France • Conseil régional d'Île-de-France • Danone • EDF • ENGIE • ESCP Europe • FABERNOVEL • Fondation Crédit Coopératif • Fondation Roger Godino • Groupe BPCE • HRA Pharma<sup>2</sup> • IdVectoR<sup>2</sup> • La Fabrique de l'Industrie • Mairie de Paris • MINES ParisTech • Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique – DGE • Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS • NEOMA Business School • Orange • PricewaterhouseCoopers • PSA Peugeot Citroën • Renault • SNCF • Thales • UIMM • VINCI • Ylios

1. pour le séminaire Vie des affaires
2. pour le séminaire Ressources technologiques et innovation

Avec 2,2 millions de visiteurs en 2016, le Puy du Fou est le deuxième parc de divertissement de France, tant par sa fréquentation que par son chiffre d'affaires. Qui aurait prédit un aussi bel avenir au spectacle associatif monté il y a quarante ans, donné les soirs d'été par des bénévoles ?

Philippe de Villiers est à l'origine de cette aventure. Alors élève à l'ENA, il mûrissait le projet de consacrer un film ou un spectacle à la Vendée, pour payer sa dette amoureuse à cette terre où il avait grandi. Il s'était frotté aux arts et techniques de la scène durant son service militaire, ayant conçu un spectacle son et lumière pour l'école de Saint-Cyr Coëtquidan. Aiguillé par son père, conseiller général du canton des Essarts, il découvre en juin 1977 une ruine que vient d'acquérir le département au lieu-dit du Puy du Fou. Il a le coup de foudre pour ce repaire de ronces et de vipères où les vestiges d'un château se reflètent sur un vaste étang. Le décor de sa future œuvre est trouvé. Il s'attelle aussitôt à la rédaction d'un scénario et convainc des proches de l'aider à monter une association pour soutenir son projet. Portée par des bonnes volontés, celle-ci voit le jour en novembre 1977 et met au point la Cinéscénie, spectacle retraçant l'histoire de la Vendée du Moyen-Âge à la seconde guerre mondiale. C'est aujourd'hui le plus grand spectacle de plein air au monde, joué vingt-huit soirs par an par des bénévoles, à guichets fermés, devant 13 000 personnes. Il vient de dépasser les 12 millions de spectateurs depuis sa création.



La Cinéscénie en 2016

Je suis pour ma part un autodidacte, né à quelques kilomètres du Puy du Fou. J'ai commencé par apporter mon aide bénévolement à l'association quand j'avais 18 ans, avant de devenir technicien, directeur technique, directeur général adjoint et, enfin, directeur général de cette folle entreprise.

### Une expansion continue

Jamais, depuis son origine, le Puy du Fou n'a sollicité ni reçu de subvention publique. Seuls les visiteurs le font vivre. Autre spécificité, nous avons toujours proposé des créations originales, imaginées et développées par nos propres équipes techniques et artistiques. Nulle part ailleurs vous ne verrez un donjon se propulser vers le public en crachant du feu ou un drakkar surgir des eaux ! Nombreux sont au contraire les parcs qui achètent sur catalogue des attractions préconçues.

Le spectacle nocturne de la Cinéscénie présente la particularité d'être porté uniquement par des bénévoles, depuis les 1 450 acteurs jusqu'aux techniciens ou secouristes. Les 3 880 membres actifs de l'association du Puy du Fou

proviennent d'une cinquantaine de communes vendéennes, parfois de plus loin, voire de Paris. Nous devons limiter les adhésions par un système de parrainage, tant les candidats sont nombreux! Nous investissons constamment dans ce spectacle (3 millions d'euros en 2017) pour y intégrer des nouveautés.

Depuis la première représentation de la Cinéscénie en 1978, le Puy du Fou n'a cessé de croître. L'année 1989 fut un tournant majeur, avec l'inauguration du Grand Parc proposant des animations et spectacles diurnes. La logique associative et bénévole ne pouvait suffire à faire vivre un tel équipement, alors ouvert une centaine de journées par an, douze heures par jour. C'est pourquoi, à la différence de la Cinéscénie, le Grand Parc est une structure commerciale au statut de SAS. Il emploie près de 200 salariés en CDI et 1 500 saisonniers (certains travaillant huit mois par an), le plus souvent des jeunes de la région ayant commencé comme bénévoles. Il n'a évidemment pas le droit de recourir au bénévolat.

Les deux premières années furent rudes pour le Grand Parc, qui a essuyé des pertes importantes. L'équilibre s'est établi au troisième exercice. Au fil des ans, les visiteurs sont venus toujours plus nombreux, accroissant les recettes et, ce faisant, la capacité à investir dans des innovations. Les spectacles ont ainsi pris de l'ampleur dans les années 1995. Ils étaient très avancés sur le plan technologique, tirant parti des dix ans d'expérience de la Cinéscénie, mais plus faibles sur le plan artistique, en particulier dans les prestations des comédiens. Pour y remédier, nous avons fondé en 1998 l'Académie junior, école des arts et techniques du spectacle, formant plus de six cents jeunes bénévoles puyfolaïs à vingt-quatre disciplines (bourrelier, cascadeur, technicien, couturier, metteur en scène...). C'était d'autant plus nécessaire que nos métiers sont peu enseignés dans le cursus classique – la formation d'aurige a disparu il y a vingt siècles! Sur les soixante auriges que l'on compte dans le monde, vingt-deux sont passés par l'Académie.

Cet apprentissage, dispensé en dehors du temps scolaire entre septembre et mars, ne suffisait toutefois pas à former les performeurs exceptionnels dont nous avons besoin. C'est pourquoi a été créée, en 2015, la Puy du Fou Académie, école hors cadre accueillant cent quatre élèves de la maternelle au CM2, mêlant le cursus académique à un éveil au théâtre, à l'expression corporelle ou encore au sport – à la voltige, entre autres exemples. C'est une première étape vers l'Académie junior, puis vers un rôle bénévole dans la Cinéscénie ou un emploi dans le Grand Parc.

Dans les années 2000, les animations et spectacles se sont à ce point multipliés qu'un jour ne suffisait plus aux visiteurs pour les découvrir. D'un parc à portée régionale où les estivants de la côte atlantique se rendaient dans la journée, le Puy du Fou est devenu un site touristique national, destination qui méritait que l'on y passe la nuit. Pour accompagner cette nouvelle dimension, nous avons fait sortir de terre une cité nocturne et un ensemble d'hébergements thématiques, déclinant souvent les sujets des spectacles : une villa gallo-romaine, un logis 4 étoiles inspiré du XVIII<sup>e</sup> siècle, un ensemble de huttes sur pilotis évoquant l'époque mérovingienne, le Camp du Drap d'or, référence à la rencontre d'Henri VIII d'Angleterre et François I<sup>er</sup> à Ardres en 1501... Nos cinq hôtels comptabilisent 125 000 nuitées par an. En 2017, les rejoindra une citadelle du Moyen-Âge, ayant demandé un investissement de 15 millions d'euros. À cela s'ajoutent vingt-deux restaurants thématiques, imaginés par notre équipe de création avec des chefs pour décliner des ambiances conviviales – un relais de poste égayé par des chansonniers, des poulets servis embrochés sur des épées... Aujourd'hui, plus de la moitié de nos clients viennent dans la région grâce au Puy du Fou, et un tiers nous consacrent plus d'une journée.

## Des effets très spéciaux

Avant de lancer le Grand Parc, Philippe de Villiers et moi sommes allés glaner des idées chez Disney World à Orlando, Europa-Park en Allemagne ou encore Efteling aux Pays-Bas. Partout, l'accès aux attractions était précédé d'attentes interminables. C'était à nos yeux inadmissible. Notre parc serait sans file d'attente. Cet objectif est quasiment atteint, grâce à une logistique minutieuse. Ainsi, nos dix-neuf spectacles, présentés cinq à six fois par jour, ont été conçus de telle sorte que leur remise en place soit la plus courte possible : un quart d'heure après la sortie du dernier visiteur, les tribunes s'ouvrent pour la séance suivante. Ces séances ne dépassent pas une demi-heure, durée d'attention maximale des spectateurs le jour, et redoublent d'effets spéciaux pour entretenir leur intérêt.

D'emblée, nous avons créé des grandes tribunes de plus de 3 000 places, allant jusqu'à 7 000 pour le stadium gallo-romain. Nous savions, en effet, que les spectacles comportant des animaux ne pourraient pas être donnés de façon trop répétée. Précisons que le Puy du Fou entretient une volerie de plus de six cents rapaces, qui animent notamment *Le Bal des oiseaux fantômes*, ainsi que la plus grande écurie de spectacle en Europe, avec deux cent quatre chevaux.

Nous investissons en permanence dans les spectacles, en recherchant toujours les dispositifs les plus innovants et surprenants. *Le Dernier panache* a, par exemple, nécessité 19 millions d'euros d'investissements en 2016. Il repose sur une technologie unique au monde : sa salle de 7 500 mètres carrés est dotée d'une tribune tournante de 2 400 places, d'un décor à 360°, ou encore de vidéoprojecteurs en ultra-haute définition. Les prestataires avec lesquels travaille le Puy du Fou de très longue date n'hésitent pas à explorer les solutions les plus pointues, quitte à les breveter. C'est pour nous un gage d'originalité.



*Le Dernier Panache*

L'une de nos grandes innovations techniques fut le velum rétractable dont nous avons agrémenté le stadium gallo-romain. Nous étions en quête d'une solution susceptible de protéger cette arène du soleil et de la pluie, et avons un jour reçu par La Poste le projet d'un inconnu. Après plusieurs années d'études, cet ancien ingénieur des Arts et Métiers, qui avait fait carrière chez Airbus, était parvenu à reproduire le système d'ombrière actionnée par des cordes que comportaient les amphithéâtres antiques du pourtour méditerranéen. Il avait soumis son invention au Colisée à Rome, aux arènes de Nîmes et d'Arles ou encore au théâtre d'Éphèse. Elle répondait précisément à notre besoin. Nous y avons consacré près de 1 million d'euros d'études, avons confié des tests de soufflerie numérique à Dassault Systèmes... Aujourd'hui, les représentants de grands stades internationaux, au Qatar notamment, se montrent très intéressés par ce procédé. Quant à notre fameux donjon mobile et cracheur de feu, il s'inspire d'un dispositif utilisé pour déplacer les boosters de la fusée Ariane.

Il aurait été dommage de garder pour nous toutes ces innovations. Longtemps, des délégations du monde entier sont venues observer la machine du Puy du Fou : comités d'organisation des Jeux olympiques, investisseurs à Las Vegas et Singapour... Invariablement, ils ont proposé que nous jouions une part dans leur aventure, tant ils étaient impressionnés. Invariablement aussi, nous avons décliné leurs offres, considérant que notre projet n'était pas suffisamment abouti. Nous sommes maintenant assez solides pour nous exporter. Depuis 2010, la structure Puy du Fou International valorise nos savoir-faire à l'international. Ses revenus financent notre équipe de recherche et développement. Nous avons ainsi monté un spectacle en Angleterre, qui se joue depuis juillet 2016, et en opérons un dans le troisième parc d'Europe, à Efteling aux Pays-Bas. Quarante jeunes Puyfollais y travaillent d'avril à janvier depuis cinq ans, assurant 1 300 représentations chaque saison. Des projets mûrissent aussi pour l'Espagne, les États-Unis et même la Chine.

## Rêver sans compter

Hormis Disney, Universal Studios, le Cirque du Soleil... et le Puy du Fou, peu d'entreprises du divertissement créent leur propre spectacle de A à Z. Mais quand 2 000 "imagineurs" californiens se consacrent à une attraction chez Disney, notre équipe de création compte un noyau dur de trois personnes : Philippe de Villiers à l'écriture des scénarios, son fils Nicolas à la direction artistique et moi-même en charge de la technique, des effets spéciaux et de la construction. Le cercle créatif élargi atteint vingt-cinq personnes et est composé de techniciens, sonorisateurs, éclairagistes, magiciens, hydrauliciens, électriciens...

Chacun de nos projets demande cinq à six ans de gestation. Partant d'une page blanche, nous laissons libre cours à nos rêves. Pour le stadium par exemple, tout a commencé par notre désir de traiter l'époque gallo-romaine – d'autant qu'à l'occasion du chantier d'autoroute vendéenne, des fouilles archéologiques avaient mis au jour des pièces antiques. Nous comptions initialement construire une villa dotée d'un forum où s'entraîneraient des gladiateurs. Dès notre deuxième réunion, nous avons craint que cette animation lasse rapidement les visiteurs. Pourquoi ne pas y ajouter un bige, char romain tiré par deux chevaux? Cela imposait d'élargir la villa et son forum. À la réunion suivante, nous avons déchiré toutes nos esquisses : un architecte avait observé que la cour carrée ne serait pas adaptée à la circulation des biges, et qu'à l'époque, les chars étaient plutôt des quadriges. Ceux-ci étaient trop larges pour entrer dans la villa. Nous n'avions plus qu'à bâtir un amphithéâtre gallo-romain! Partant d'un projet sans prétention, nous avons abouti à un stadium de quelque 7 000 places qui a coûté 10 millions d'euros.

Quand nous créons, nous ne comptons pas. Le budget n'est évoqué qu'une fois le processus bien avancé, sans quoi nos idées seraient bridées. Et si les technologies dont nous avons besoin n'existent pas, nous les inventons. Lorsque nous avons lancé le projet de Théâtre des Géants par exemple, il y a trois ans, nous avons mobilisé des techniques en gestation comme la vidéo ultra-haute définition en hémisphérique. Nous étions certains qu'avec l'aide de nos prestataires, nous aboutirions à une solution. La seule inconnue était le temps de développement.

Nous restons un "Petit Poucet" face à Universal Studios ou Disney. Ils se montrent pourtant admiratifs de nos réalisations. À l'instigation de Jim Timon, qui dirige le parc Universal Orlando, le Puy du Fou se verra remettre, en avril 2017, le prix du meilleur spectacle au monde pour *Le Dernier panache* par la *Themed Entertainment Association*. Cette dernière nous avait déjà décerné le titre de meilleur parc au monde en 2012, grâce à quoi les journalistes parisiens avaient enfin daigné s'intéresser au Puy du Fou!

## La galaxie Puy du Fou

À ce panorama d'activités, il faudrait ajouter l'accueil de séminaires d'entreprise, y compris l'hiver, avec Puy du Fou Congrès; l'organisation de séjours clés en main pour des visiteurs du monde entier avec l'agence de voyages Puy du Fou Évasion; les concerts de Noël donnés dans le Grand Parc par l'Orchestre de Prague; ou encore le soutien à des associations humanitaires grâce à Puy du Fou Espérance, qui reverse les bénéfices de nos soirées caritatives.

Le Grand Parc compte aussi quatre villages d'art exerçant vingt-deux métiers anciens qui étaient en passe de disparaître : forge, enluminure, sculpture sur bois ou sur pierre, marqueterie... Ces micro-entreprises s'acquittent d'un pas-de-porte au Puy du Fou pour y avoir une échoppe, vendent les produits qu'elles ont fabriqués pendant l'hiver et démontrent leur savoir-faire aux visiteurs qui, régulièrement, leur confient des commandes. Nous recourons aussi à ces artisans pour décorer et meubler nos hôtels.

Nos visiteurs se disent satisfaits de leur visite à 98 % – taux le plus élevé dans le métier. Ils habitent à 2 heures de route pour 65 % d'entre eux. Nous recevons par ailleurs 14 % d'étrangers, ce qui n'est pas négligeable compte tenu de l'emplacement relativement excentré du Puy du Fou.

Au-delà de son chiffre d'affaires, qui a dépassé 100 millions d'euros en 2016 (dont 84 millions pour le Grand Parc et plus de 8 millions respectivement pour la Cinéscénie et l'international), le Puy du Fou génère annuellement 227 millions d'euros de retombées économiques dans la région, du sud de la Loire-Atlantique

au Maine-et-Loire, au Choletais et aux Deux-Sèvres. Pour 1 euro dépensé par visiteur au Puy du Fou, près de 3 euros le sont dans les alentours. Nous contribuons au maintien de 4 686 emplois directs ou indirects. Aujourd'hui, le Puy du Fou est donc au cœur d'un véritable écosystème régional.

## Débat



### Une flamme vendéenne

**Un intervenant :** *Quarante ans après ses débuts, le Puy du Fou suscite un engagement bénévole toujours aussi vivace. Comment cette flamme s'entretient-elle? L'identité vendéenne et la personnalité politique de Philippe de Villiers y jouent-elles un rôle?*

**Laurent Albert :** La Vendée a la chance de compter un riche tissu associatif. Après avoir sollicité quelques maires, Philippe de Villiers a d'ailleurs vite compris qu'il lui serait plus efficace de convaincre le président du club de basket ou le directeur de l'école de musique ! Il a fédéré autour de lui des personnes déjà très engagées dans la vie locale.

Philippe de Villiers n'est entré en politique que dix ans après le lancement du Puy du Fou, et par accident : il s'est présenté contre le président du conseil général de l'époque, qui voulait mettre fin à la Cinéscénie et récupérer le château. Il a toujours placé le Puy du Fou au-dessus de la politique. Il se trouve qu'en tant que secrétaire d'État à la culture sous le gouvernement de Jacques Chirac, il a été chargé de négocier l'implantation du parc Euro Disney en France. Cela a probablement nourri sa réflexion sur le développement du Puy du Fou, en contre-pied du géant américain.

**Int. :** *Peut-être le Puy du Fou est-il le produit d'un patriotisme local, tout comme le sont les réussites économiques de Hong Kong, de la Silicon Valley ou de l'État d'Israël. Les chambres de commerce de Vendée ont d'ailleurs toujours été d'un dynamisme sans comparaison avec le reste de la France. Votre rêve est ancré dans une longue histoire, jalonnée de malheurs et de succès; il est porté par des hommes conscients d'avoir une identité à part et désirant lui donner un contenu.*

**L. A. :** La Cinéscénie n'accorde qu'une dizaine de minutes aux guerres de Vendée, sur près de 2 heures de spectacle. Elle se concentre certes sur l'histoire de la région, mais depuis le Moyen-Âge jusqu'à la deuxième guerre mondiale. Pour leur part, les spectacles du Grand Parc traitent de l'histoire de la France, voire de l'Europe.

Le dynamisme vendéen que vous soulignez résiderait plutôt dans notre réseau de PME, "d'usines à la campagne". En témoignent les réussites des bateaux Jeanneau ou des meubles Gautier, entre autres exemples. La commune des Herbiers affiche l'un des plus faibles taux de chômage de France, avec 5,3 %. L'entraide est de mise entre les sociétés de la région. Nous constatons d'ailleurs que celles qui remportent nos appels d'offres prennent soin d'en faire bénéficier les autres, en particulier si elles connaissent des temps difficiles. Le Puy du Fou s'appuie sur ce substrat économique et le nourrit. Nous sollicitons des prestataires locaux pour la construction de noshôtels, la fabrication du mobilier, de la décoration...

**Int. :** *Est-ce une volonté délibérée que de ne pas percevoir de subvention publique?*

**L. A. :** Nous aurions apprécié recevoir quelques subventions aux débuts de la Cinéscénie, mais nous sommes contents d'une avance sur crédit d'une banque, à hauteur de 1 million de francs. Lorsque nous avons bâti notre

premier budget, chaque dépense imprévue nous conduisait à revoir à la hausse notre ambition de fréquentation. Partant d'une audience attendue de 10 000 personnes, le budget prévisionnel a finalement misé sur 35 000 spectateurs, ce que beaucoup, autour de nous, pensaient illusoire. Ils ont été 82 000 la première année! La qualité et l'originalité de la Cinéscénie ont rapidement assuré son succès.

L'ensemble des excédents de l'association et des bénéfices de la société du Puy du Fou sont réinvestis dans l'innovation. Il est sécurisant de ne pas être tributaire de l'attribution de subventions. Celles-ci nous auraient probablement aidés à grandir plus vite à nos débuts, mais peut-être y aurions-nous perdu notre créativité, notre culture d'inventeurs et surtout de "trouveurs". Nous avons gardé nos âmes d'artisans, même si nous appliquons désormais des méthodes industrielles qui nous permettent de mobiliser les technologies les plus pointues.

## S'industrialiser en gardant une âme d'artisan

**Int. :** *Comment conciliez-vous la machinerie robuste que demandent vos spectacles avec la versatilité qui caractérise parfois le bénévolat?*

**L. A. :** Nous pratiquons un management comparable à celui d'une entreprise, y compris auprès des bénévoles. Les acteurs de la Cinéscénie sont organisés en "villages" de 250 à 500 personnes, placés sous l'autorité d'un responsable général et de délégués aux accessoires, aux costumes... Grâce à des briefings réguliers, nous corrigeons les imperfections minutieusement relevées lors de chaque représentation. Il n'est donc pas question d'amateurisme. Nous avons cependant un supplément d'âme par rapport à une organisation classique : nous sommes portés par le souffle de la bonne volonté et de l'enthousiasme des bénévoles. Quelle plus belle motivation que d'être ovationné tous les soirs par 13 000 spectateurs? Reste à savoir si l'implication serait maintenue si le succès n'était plus au rendez-vous.

L'Académie junior est le pivot de transmission essentiel de l'aventure. Elle forme nos futurs acteurs et techniciens, mais aussi nos cadres de demain. Les responsables actuels des spectacles ont d'ailleurs souvent débuté jeunes dans l'Académie.

Quant aux intermittents des spectacles du Grand Parc, ils sont ravis de se produire devant davantage de spectateurs en une semaine au Puy du Fou qu'en plusieurs années sur les scènes parisiennes. Leur vivier ne cesse de s'élargir : ils sont de plus en plus nombreux à venir de Lille ou Marseille. Souvent, leur désir a germé après avoir eux-mêmes assisté à un spectacle au Puy du Fou. Pour la saison 2017, nous avons reçu 5 800 candidatures de la France entière, pour 1 500 postes saisonniers.

Bénévoles et salariés partagent une même fierté de prendre part à ce projet, doublée d'une reconnaissance pour sa portée économique. Tout habitant de la région connaît au moins un proche qui travaille directement ou indirectement pour le Puy du Fou.

**Int. :** *Vos spectacles se renouvellent constamment pour surprendre les visiteurs. Comment sondez-vous les attentes de votre public?*

**L. A. :** Nous sommes extrêmement attentifs aux retours des visiteurs et suivons leur niveau de satisfaction à une fréquence hebdomadaire. Des hôtes les interrogent en face-à-face, ce à quoi s'ajoutent des enquêtes en ligne où une cinquantaine de questions passent au crible tous les aspects de leur expérience. Nous avons traité pas moins de 62 000 réponses en 2016. Il s'avère ainsi que nos nouveaux spectacles discréditent ceux qui sont joués depuis plus longtemps. C'est pourquoi nous devons toujours y apporter des améliorations, notamment par des technologies de pointe.

## Quand tout défi est bon à relever

**Int. :** *Mobiliser 3 800 bénévoles, entretenir la plus grande écurie de spectacle d'Europe, concevoir des effets scéniques uniques au monde... rien ne semble vous arrêter. Où puisez-vous la confiance qui vous fait relever ces défis insensés? Vous posez-vous des limites?*

**L. A. :** Nous ne nous sommes jamais vraiment fixé de limite matérielle. À ses débuts, la Cinéscénie reversait ses excédents à ce que nous appelions “la part du rêve”. C’est ainsi que nous avons créé la radio Alouette, ou encore un train à vapeur entre Les Herbiers et Mortagne-sur-Sèvre. Nous avons ensuite décidé de capitaliser ces excédents quelques années afin de nous donner les moyens d’étendre l’aventure. À l’époque, en 1985-1986, nous devions investir pour devenir une destination touristique à part entière, et non un simple point d’étape. Jusque-là, les autocaristes n’acceptaient pas de faire un aller-retour depuis Paris pour un spectacle d’une heure et demie. Il nous fallait un parc et une offre hôtelière.

Le Grand Parc a été près de déposer le bilan dans ses premières années. Aujourd’hui, nous sommes sécurisés par un réseau de banques. Nous tenons toutefois à préserver notre indépendance artistique et financière. Ainsi, notre situation économique et notre capacité à investir sont uniquement déterminées par notre aptitude à attirer des visiteurs. Nous avons la chance d’être immédiatement récompensés ou sanctionnés par leurs réactions. Pour autant, nous cherchons à les surprendre : ce n’est pas le marketing qui pilote l’artistique, mais l’inverse.

L’un de nos grands atouts est d’être restés des artisans dans l’âme. À Disneyland Paris, lorsqu’une attraction pose problème, un expert est dépêché quinze jours plus tard de Los Angeles pour trouver une solution – laquelle devra être validée par de hautes instances avant sa mise en place. Au contraire, nous sommes capables de rectifier en temps réel tous les défauts de nos spectacles. Nous nous remettons en question quotidiennement et évoluons en permanence. Jusqu’à deux ans avant la date de lancement d’un projet, nous pouvons déchirer la feuille et tout recommencer.

Nous menons différents projets en parallèle, qui avancent plus ou moins vite au gré des difficultés techniques et des rencontres. Quand l’un piétine, nous lui laissons le temps de mûrir et en accélérons un autre. Il nous a par exemple fallu du temps pour trouver un dresseur de fauves capable d’animer la scène du martyr de sainte Blandine sans que nous craignions pour sa vie à lui ! Nous avons rencontré une pointure mondiale, le Français Thierry Le Portier, qui venait de tourner avec Ridley Scott. Il a dépassé sa deux millième représentation, toujours entouré d’une dizaine de lions, sans la moindre anicroche.

Somme toute, nos seules limites sont géographiques : il nous faut de l’espace pour étendre nos activités. Nous avons progressivement acquis du terrain et possédons aujourd’hui 500 hectares, dont nous exploitons environ la moitié.

## Un irréductible petit parc

**Int. :** *Quelles sont vos relations avec Disney ?*

**L. A. :** Nous avons le plus grand respect pour la Walt Disney Company, qui nous a inspirés. Des représentants de la maison-mère viennent régulièrement nous rencontrer. Nous échangeons aussi beaucoup avec Disneyland Paris sur les questions de sécurité, sujet crucial dans la période actuelle.

Pour autant, nous nous démarquons de l’approche standardisée de Disney, qui décline les mêmes concepts partout dans le monde. Quand nous montons un spectacle à l’étranger, c’est au contraire pour raconter l’histoire du pays d’accueil avec notre savoir-faire. Lorsqu’en 1987, Philippe de Villiers, secrétaire d’État à la culture, a accueilli le PDG de Walt Disney, Michael Eisner, il lui a recommandé de rebaptiser la Main Street d’Eurodisney en avenue Victor Hugo. À son ouverture, le parc refusait de servir du vin, mettant tous les visiteurs au régime Coca-Cola... Cette mesure n’a pas tenu deux ans !

**Int. :** *Comment anticipez-vous l’avenir des parcs d’attractions en France, à l’heure où Disneyland Paris et le Futuroscope rencontrent des difficultés ? Votre modèle est-il duplicable ?*

**L. A. :** Deux groupes se partagent le marché en France, Disney et la Compagnie des Alpes, laquelle gère notamment le Futuroscope et le parc Astérix. Les parcs zoologiques, comme celui de Beauval, rencontrent un succès étonnant. Les temps sont plus difficiles pour le Marineland d’Antibes, qui pâtit d’actions coup de poing d’associations opposées à la captivité des animaux.

Les parcs qui tireront leur épingle du jeu seront ceux qui proposeront des créations originales. D’ailleurs, lorsque des représentants du géant chinois du divertissement Wanda sont venus en France en 2016, ils n’ont pas visité Disneyland Paris – ils savaient ce qu’ils y trouveraient – mais se sont intéressés au Puy du Fou,

aux Machines de l'île de Nantes et au Festival Mondial des Théâtres de Marionnettes de Charleville-Mézières, trois laboratoires créatifs.

Le Futuroscope et le parc Astérix achètent au contraire leurs attractions sur étagère, risquant le déjà-vu. Ils devraient copier le Puy du Fou, et je m'étonne qu'ils ne le fassent pas! Même Universal souhaite maintenant acheter nos spectacles pour les importer aux États-Unis. Il est dommage que le Futuroscope ne se soit pas maintenu à la pointe de la technologie, son objet premier. Quant au parc Astérix, il doit verser des royalties aux ayants droit de Goscinny chaque fois qu'une animation cite son héros. Paradoxalement, il évite donc les références au village gaulois... Le Puy du Fou est prémuni d'un tel travers, puisque Philippe de Villiers lui a fait don de ses scénarios, tout comme Georges Delerue de ses partitions. C'est un gage d'indépendance fondamental.

## ■ Présentation de l'orateur ■

**Laurent Albert** : directeur technique du Puy du Fou dès 1982, il est le directeur général du Grand Parc du Puy du Fou depuis 2002 ; homme de spectacle, passionné d'histoire, il a participé à toutes les créations du Puy du Fou ; il a également contribué à la création de la radio Alouette (1<sup>ère</sup> radio régionale de France).

---

Diffusion Juin 2017

---