

La foire EAS reconnaît le succès du model PortAventura en Europe

- **La prestigieuse revue spécialisée dans parc à thèmes a donnée aujourd'hui le prix à la Meilleure Attraction Européenne 2012 à PortAventura pour Shambhala**

PortAventura, 10 octobre 2012.- **PortAventura** joue le rôle principal aujourd'hui dans le vernissage de l'**European Attraction Show** (EAS), l'une des trois rendez-vous les plus important du secteur et à laquelle participent des directifs des plus de 300 parcs à thèmes de l'Europe. PortAventura a participé aujourd'hui dans le "Leadership Breakfast" de l'EAS, où a présenté les clés de son modèle de succès, le même que lui a permet d'augmenter un demi-million de visiteurs en 2011 jusqu'au montant de 3,7 million de visites annuels.

De la même manière, la trajectoire de PortAventura a été reconnue aujourd'hui par le prix à la **Meilleure Attraction Européenne 2012** à cause de la construction de la montagne russe « Shambhala : expédition à l'Himalaya », une distinction donnée par la prestigieuse revue professionnelle Kirmes & Parks. Sergio Feder, Président Exécutif de PortAventura, a souligné l'importance de cette reconnaissance en commentant que « *pendant ma large trajectoire comme directeur des parcs à thèmes, je n'avais jamais réalisé un projet comme celui-ci, qui combine parfaitement l'essence de tout ce qu'il faut trouver dans un parc à thèmes: une attraction de premier niveau en termes de de design, un model Européen grâce aux record battus, et un grand projet à thèmes dans un area de 14.000 m2 qui recrée un royaume de légende* ». En plus, le Président a commenté que « *ce projet n'aurait pas être possible sans le travail et l'implication de tout l'équipe directif ainsi que le soutien inconditionnel d'Investindustrial* »

Pendant la foire, PortAventura a spécialement attiré l'attention des médias spécialisés dans le secteur qui sont venus des différents pays. En ce sens, Giovanni Modena, le Directeur d'Operations du ressort, a donné plusieurs interviews en présentant spécifiquement le modelé de gestion complet du parc ainsi que toutes les innovations introduites pour l'optimisation du parc, des magasins et des hôtels. Aussi, il a commenté les nouveaux projets de la saison 2012 comme Shambhala, la réforme de l'hôtel PortAventura ou le Parking Car.

Le modele PortAventura

Fernando Aldecoa, le Directeur Générale de PortAventura, a participé dans la communication inaugurale, où il a souligné **l'importance de l'innovation**, une constante dans l'histoire de PortAventura: le projet qui commença par être un parc d'attractions devint tôt dans une destination touristique complète grâce à la création d'un parc aquatique et les deux premiers hôtels. Rapidement l'on adopta une nouvelle approche: passer d'être un parc à thèmes pour devenir un ressort qui soit une **destination complet à niveau Européen**.

Cette orientation stratégique fut renforcée par l'inauguration d'un troisième et un quatrième hôtel, jusqu'à arriver à la capacité de 2.000 chambres. « *Dans l'année 2009, PortAventura était déjà un parc à thèmes consolidé et il commençait à se diriger vers son reconversion dans un ressort* », a expliqué M. Aldecoa cette matin.

Ce même an 2009, l'une des firmes investisseuses leaders en Europe, **Investindustrial**, devint actionnaire de PortAventura avec le solide but de le convertir dans la **meilleure destination familial d'Europe**. En continuant avec cette évolution, en 2011 PortAventura inaugura la sixième area à thèmes du parc : SésamoAventura, qui représenta un demi-million de visiteurs plus. Aujourd'hui, 74% des clients de PortAventura sont des familles.

Avec son but de devenir un model européen, PortAventura a fait un autre pas en 2012 avec la construction d'une nouvelle montagne russe qui a battu **3 records européens**. Shambhala, inauguré le passé mois de Mai, est devenue l'hypercoaster plus haute (76 m), la plus rapide (134 km/h) et avec la chute la plus longue (78 m) de l'Europe. Preuve de son succès c'est que plus de 1,5 million des visiteurs l'ont déjà testé.

Dans la stratégie de PortAventura est spécialement important continuer en enrichissant le produit déjà existant. De cette façon, les actionnaires commencèrent en 2010 un **plan d'investissement de € 80 millions** pendant quatre années pour le développement de la zone Shambhala et SésamoAventura, ainsi qu'améliorer l'offre de restaurants, magasins et spectacles, même dans le parc que dans les hôtels. Ces efforts ont été réfléchis aussi dans **l'accroissement en 15% des abonnements saisonniers** jusqu'au montant total de 35.000.

Autres des piliers basiques dans la stratégie de PortAventura a été le pari pour la croissance dehors des frontières espagnols. Pendant l'année 2011, 30% des visiteurs arrivaient des pays étrangers, principalement la France, le Royaume Uni et la Russie (pays qu'aujourd'hui est 8% du total). Les plans de l'entreprise passent par continuer la croissance internationale, même en ouvrant des nouveaux marchés comme l'Allemagne et le Benelux.

L'European Attraction Show (EAS Berlin 2012)

L'European Attraction Show (EAS), accueilli ces jours plus de 8.000 personnes à Berlin et il est **l'une des trois foires internationales des parcs à thèmes plus importants du monde**. Selon les données de l'IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions), dans l'Europe il y a plus 300 parcs à thèmes qui reçoivent environ **150 million des visiteurs** produisant une montée totale de presque **€ 10.000 million**. Pour la saison 2012, cette industrie **a investi plus de € 400 million** en améliorations et nouveaux projets dans les différents parcs.

Pour plus information: Burson-Marsteller
+34 93 201 10 28
0800 91 62 26

Marta Arias marta.arias@bm.com
Gloria Almirall gloria.almirall@bm.com

