



Communiqué de presse
Roquefort près Agen, 14 mars 2011

2011 : L'ANNEE DE TOUS LES CHANGEMENTS

Walibi écrit un nouveau chapitre de son histoire d'acteur majeur des loisirs familiaux en Europe. Intégrée depuis 2006 au Groupe Compagnie des Alpes (CDA), la marque Walibi est célèbre à travers ses quatre parcs d'attractions : Walibi Sud-Ouest et Walibi Rhône-Alpes (France), Walibi World (Pays-Bas) et Walibi Belgium (Belgique) qui accueillent près de 2,8 millions de visiteurs chaque année. Le parc belge, situé à Wavre, est le berceau historique de la marque au kangourou qui réjouit les familles depuis 35 ans.

Fort de cette longue expérience et de sa notoriété unique auprès de plusieurs générations de visiteurs, Walibi a décidé de créer un nouvel univers. Il va bien au-delà des parcs d'attractions et concrétise l'ambition du Groupe CDA de valoriser ses marques et ses expertises afin d'augmenter son potentiel de croissance et de démultiplier sa capacité d'expansion. L'ambition est donc de faire de Walibi une marque phare du divertissement familial en Europe. D'ici 2012, 15 M€ auront été investis (dont plus de 11 M€ à ce jour) pour nourrir la marque Walibi et lui permettre de prendre vie dans les parcs, tout en ouvrant de nouvelles opportunités de développement.

La musique comme fil rouge

Ce nouvel univers est le résultat d'une réflexion entamée il y a trois ans. Aujourd'hui, elle s'articule autour d'une galerie de personnages sortis des esprits d'une équipe projet issue du Groupe CDA qui s'est entourée des meilleurs scénaristes, dessinateurs, cinéastes, sculpteurs et costumiers.

Le célèbre kangourou Walibi s'est doté d'un nouveau look plus moderne, plus proche de celui des 8 à 12 ans, et s'est entouré d'une bande d'amis à forte personnalité : Haaz le guépard, Zenko le gorille et Fibi la belle ondivine.

Ensemble, ils décident de former un groupe de rock, W.A.B (Walibi's Adventures Band), pour mettre un peu de fantaisie et de gaieté dans le monde ennuyeux de Monotowny.

Toutes sortes d'obstacles vont toutefois apparaître sur le chemin du succès, notamment la jalousie de Squad, le frère jumeau de Walibi, qui va créer un groupe rival, The SkunX. Dans leur quête créative et fantastique, les deux groupes s'enrichiront aussi au contact des créatures fabuleuses du monde féérique de Shimmeria...





Cet univers très riche auquel enfants et jeunes ados peuvent aisément s'identifier, à la musique pour fil rouge. Les deux groupes de rock rivaux, W.A.B et The SkunX, vont se livrer à d'impitoyables joutes musicales, The Music Battle, pour lesquelles le public a son mot à dire. Entre le titre phare "Hello World" du groupe de Walibi et la chanson punk rock déjantée "We are The SkunX" de Squad et ses compagnons, chacun doit choisir son camp !

Leurs joutes musicales et leurs aventures sont désormais déclinées en bandes dessinées, jeux, musique et vidéo clips disponibles sur le nouveau

site de Walibi : www.walibi.com.

Les visiteurs des 4 parcs d'attractions Walibi vont pouvoir découvrir ce nouvel univers dans chacun des parcs de la marque.

Walibi Aquitaine devient Walibi Sud-Ouest

Cette année, d'importants investissements sont effectués au sein du parc agenais. Les responsables ont décidé de marquer cet évènement en modifiant également le nom du parc. Walibi Aquitaine devient ainsi Walibi Sud-Ouest.

Un changement qui s'explique assez naturellement... De par l'évolution programmée et de par sa situation géographique à Agen, à mi-chemin entre Bordeaux et Toulouse, le parc lot-et-garonnais se trouve au confluent de deux régions : l'Aquitaine et Midi-Pyrénées. 1er parc d'attractions du Sud-Ouest, il représente la 1ère destination des voyages d'un jour dans le Sud-Ouest de la France. En outre, Walibi attire un public essentiellement en provenance du Sud-Ouest réparti à égalité entre l'Aquitaine (41.57% originaires de cette région) et Midi-Pyrénées (40.2%).

Un nouvel univers décliné dans tout Walibi Sud-Ouest

Dès l'entrée du parc, la signalétique plonge le visiteur dans le nouvel univers Walibi. La zone d'accueil avec sa grande esplanade et sa billetterie a totalement été repensée afin de fluidifier l'accès au parc. La boutique a pris les couleurs rouge et grise mettant ainsi parfaitement en valeur les produits dérivés de Walibi (peluches, vêtements, jouets, stylos...).

Dans le parc même, trois zones ont été créées avec des ambiances différentes déclinées de la nouvelle marque. Chacun va ainsi pouvoir choisir le lieu qui lui plait pour passer un moment de détente en fonction de son goût et de ses envies :

La Zone SkunX à proximité du Scratch, pour les "branchés", amoureux de déco urbaine avec tags, bidons, ferrailles... le tout dans des couleurs de bleu et de gris.

La Zone W.A.B. vers le Boomerang, un lieu énergisant et fun pour les gens "dynamiques" qui aiment les couleurs chaudes : rouge, orange et jaune.

La Zone Psyke (du nom de la taverne où Walibi se produit) et ses éclairs à côté du cinéma. La fantaisie y est le maître mot. L'esplanade a été dégagée pour pouvoir accueillir des manifestations.

Côté attractions, le carrousel le Music Tour est entièrement nouveau. Les tous petits s'envolent désormais à bord de notes de musique et deviennent ainsi les plus hauts mélomanes... Le W.A.B Band Tour permet un embarquement à bord de petit train pour découvrir le nouvel univers de Walibi et de ses amis. Le W.A.B Water quant à lui remplace le Labyrinthe Aquatique. Petits et grands sont invités à éviter les notes de musique arroseuses... Le Galopant, reproduction d'un carrousel du 19ème siècle, s'est rapproché du château ... Le Tam-tam Tour enfin contient une dizaine d'animaux supplémentaires : crocodiles, rhinocéros et éléphants.

Pour les plus âgées, le Boomerang que l'on aperçoit depuis l'autoroute revêt des couleurs flashy jaune, orange et rouge. L'immense W sur son point le plus haut, sert de point pour rallier facilement le parc.

Le cheminement dans le parc a été fluidifié. Ainsi, l'accès au Splash Battle est plus ouvert avec des jeux d'eau qui mettent tout de suite en condition... Un chemin pour accéder directement au Scratch a été créé.

Enfin, les 10 restaurants et bars ont été adaptés au nouvel univers de Walibi, tout en gardant comme priorité d'être à la portée de tous les budgets.

Deux nouveaux spectacles

Le premier est un film d'aventure en 3D d'une durée de 10 minutes diffusé en continu. Les visiteurs sont invités à venir vibrer au son des guitares du W.A.B. en route pour son premier concert. Walibi et ses amis entraînent le spectateur à un rythme effréné dans les recoins mystérieux de Shimmeria. Ce nouveau film est proposé en exclusivité à Walibi et réserve de nombreuses émotions fortes. Une salle a été aménagée en cinéma pour pouvoir accueillir 150 personnes.

Le second est un spectacle musical interactif qui sera présenté aux visiteurs pendant la période estivale (du 2 juin au 31 août). 7 danseurs, chanteurs et musiciens feront une arrivée tonitruante en quads. Musique, action, cascades, effets spéciaux, danse, acrobaties, vidéo, humour... les deux univers musicaux et les deux groupes vont s'affronter en direct devant le public.

Walibi Sud-Ouest poursuit ses efforts pour permettre au plus grand nombre de passer une journée conviviale et de détente en famille. Malgré ses importants investissements, l'entrée pour 2011 reste donc à 19,50€ pour un enfant (4 à 11 ans), 21€ pour un adulte (12 à 54 ans) et 19,50€ pour les seniors et moins valides. Le parc est gratuit pour les moins de 4 ans et les femmes enceintes.

Dossier de presse et photos sur simple demande

RENSEIGNEMENTS PRESSE

Pour la marque Walibi :

Caroline Crucifix : caroline.crucifix@walibi.com - Tel: +32 (0) 10 42 16 79
Mobile: +32 (0) 473 72 27 54 / Fax: +32 (0) 10 41 68 84

Pour Walibi Sud-Ouest :

Valérie Clavé, Directrice Marketing : valerie.clave@walibi.com - Tél. 06 72 87 97 55
Laurence de Boerio, attachée de presse : rp@deboerio.net - Tél. 06 03 10 16 56